



TUGAS AKHIR RI 141501

## **REDESAIN INTERIOR SHOWROOM TOYOTA AUTO2000 DENGAN LANGGAM FUTURITIK FAMILY**

**ISRA NASHARMALIK RUSADI**

NRP 3412100133

Dosen Pembimbing

Ir. Budiono, M. Sn.

Dr. Mahendra Wardhana, ST., MT.

JURUSAN DESAIN INTERIOR

Fakultas Teknik Sipil Dan Perencanaan

Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Surabaya 2016



THESES RI 141501

## **REDESIGN INTERIOR SHOWROOM TOYOTA AUTO2000 WITH FUTURITIK FAMILY STYLE**

**ISRA NASHARMALIK RUSADI**

**NRP 3412100133**

**SUPERVISOR**

Ir. Budiono, M. Sn.

Dr. Mahendra Wardhana, ST., MT.

**INTERIOR DESIGN DEPARTMENT**

Faculty of civil engineering and planning

Sepuluh Nopember Institute of Technology

Surabaya 2016



**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**REDESAIN INTERIOR SHOWROOM TOYOTA AUTO2000**  
**DENGAN LANGGAM FUTURISTIK FAMILY**

**TUGAS AKHIR**

Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Teknik

Pada  
Jurusan Desain Interior  
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan  
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh :

**ISRA NASHARMALIK RUSADI**  
**NRP 3412100133**

Disetujui oleh Tim Pembimbing Tugas Akhir :

1. Ir. Budiono, M. Sn. .... (Pembimbing I)  
NIP 19590604 199002 1 001
2. Dr. Mahendra Wardhana, ST., MT. .... (Pembimbing II)  
NIP 19720428 200312 1 001



**SURABAYA,**  
**JULI 2016**

# REDESAIN INTERIOR SHOWROOM TOYOTA AUTO2000 DENGAN LANGGAM FUTURISTIK FAMILY

Nama	: Isra Nasharmalik Rusadi
NRP	: 3412100133
Pembimbing I	: Ir. Budiono, M. Sn.
Pembimbing II	: Dr. Mahendra wardhana, ST., MT.

---

## ABSTRAK

Perkembangan industri otomotif yang pesat di Indonesia menimbulkan persaingan di antara merek kendaraan. *Showroom* merupakan fasilitas produsen otomotif untuk memamerkan produk-produk yang dikeluarkan serta memberikan pelayanan guna menjaga loyalitas konsumen. Toyota merupakan salah satu merek otomotif yang banyak diminati di Indonesia. Interior menjadi solusi untuk membantu memamerkan kendaraan yang dijual dan memberikan kenyamanan kepada konsumen Toyota.

Perencanaan re-desain interior *Showroom* Toyota Auto2000 ini berdasarkan observasi objek desain, wawancara kepala bengkel, dan analisa melalui kuisioner kepada beberapa responden. Berdasarkan metodologi tersebut, hasil yang diperoleh berupa konsep perencanaan *Showroom* Toyota Auto2000 berupa konsep *Showroom* dengan langgam Futuristik *Family*. Konsep Futuristik merupakan suatu langgam desain yang mencerminkan simbol teknologi, yang selalu berkembang ke masa depan. Konsep *Family* dalam bahasa Indonesia berarti keluarga, yaitu dimana semua kebutuhan dapat terfasilitasi dengan baik pada semua segmentasi. Pengaplikasian bentukan futuristik yang menarik menjadi nilai tambah untuk area pameran sehingga membuat mobil terlihat dengan baik. Sirkulasi yang efisien untuk pegawai dibuat agar mereka dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada pengunjung.

Dengan beberapa konsep diatas kemudian disusun sebuah perencanaan yakni re-desain interior *Showroom* Toyota Auto2000 dengan langgam Futuristik *Family*. Menampilkan bentukan futuristik yang diambil dari transformasi logo Toyota dan menggunakan material yang mendukung konsep futuristik dan memberikan fasilitas yang menunjang untuk semua segmentasi pengguna. Hal tersebut dilaksanakan agar *Showroom* Toyota Auto2000 mempunyai karakteristik dan memberikan pelayanan terbaik, sehingga dapat meningkatkan loyalitas pengunjung terhadap kendaraan merek Toyota.

**Kata kunci** : Desain Interior, *Family*, Futuristik, *Showroom*, Toyota.

# **REDESIGN INTERIOR SHOWROOM TOYOTA AUTO2000 WITH FUTURISTIC FAMILY STYLE**

Name : Isra Nasharmalik Rusadi  
NRP : 3412100133  
First Advisor : Ir. Budiono, M. Sn.  
Second Advisor : Dr. Mahendra wardhana, ST., MT.

---

## **ABSTRACT**

*The rapid development of automobile industry in Indonesia created competition among vehicle brands . Showroom is a facility automotive manufacturers to showcase products that are issued and provide services to maintain customer loyalty . Toyota is one of the many popular automotive brands in Indonesia . Interior to be the solution to help show off the vehicles sold and provide convenience to consumers Toyota .*

*Planning interior re- design of the Toyota Showroom Auto2000 object design is based on observations , interviews head of the workshop , and analysis via a questionnaire to several respondents . Based on this methodology, the results obtained in the form of planning concepts Auto2000 Toyota Showroom Showroom with the style of the concept Futuristic Family . Futuristic Concept is a design style that reflects a symbol of technology, which is always evolving into the future . Family concept in Indonesian means the family , which is where all needs can be well facilitated in all segments . Application of futuristic formations that attract an added value for the exhibition area so as to make the car look good . Circulation efficient for employees made so that they can provide the best service to visitors .*

*With some of the above concepts then prepared a plan for the re - design of the interior of the Toyota Showroom Auto2000 with the style Futuristic Family . Featuring futuristic formations taken from the transformation Toyata logo and use materials that support the concept of a futuristic and provide facilities that support for all user segmentation . This is done so that Toyota Showroom Auto2000 have characteristics and provide the best services , so as to increase visitor loyalty to Toyota brand vehicles .*

**Key words :** *Family, Futuristic, Interior design Showroom, Toyota*





## DAFTAR ISI

JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL .....	xix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.1.1 Penjualan Mobil di Indonesia .....	3
1.2 Permasalahan .....	3
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Perumusan Masalah.....	4
1.2.3 Batasan Masalah .....	4
1.3 Tujuan dan Manfaat.....	4
1.3.1 Tujuan .....	4
1.3.2 Manfaat .....	4
1.4 Ruang Lingkup.....	5
BAB II .....	7
KAJIAN PUSTAKA, EKSISTING DAN PEMBANDING .....	7
2.1 <i>Showroom</i> .....	7
2.1.1 Pengertian <i>Showroom</i> .....	7
2.1.2 Jenis – Jenis <i>Showroom</i> .....	8
2.1.3 Fisik Umum <i>Showroom</i> .....	8
2.1.4 Fasilitas <i>Showroom</i> .....	12
2.1.5 Alur Kerja <i>Showroom</i> .....	14
2.1.6 Persyaratan Sistem Manajemen Informasi yang Baik .....	16
2.1.7 Hal yang Diperhatikan Dalam Mendesain <i>Showroom</i> .....	17
2.2 Dimensi Mobil .....	18
2.2.1 Satuan Ruang Parkir .....	19



2.2.2 Dimensi SRP.....	19
<b>2.3 Display .....</b>	<b>19</b>
2.3.1 Pengertian <i>Display</i> .....	19
2.3.2 Tujuan <i>Display</i> .....	20
2.3.3 Bagian – Bagian dan Fungsi <i>Display</i> .....	20
2.3.4 Pencahayaan Ruang <i>Display</i> .....	22
<b>2.4 Sirkulasi .....</b>	<b>23</b>
2.4.1 Definisi Sirkulasi.....	23
2.4.2 Jenis-Jenis Sirkulasi .....	23
2.4.3 Sistem Sirkulasi .....	24
<b>2.5 Futuristik .....</b>	<b>25</b>
2.5.1 Implementasi Pembentuk Ruang Futuristik.....	27
2.5.2 Contoh Desain Interior Futuristik .....	29
<b>2.6 Unsur Pembentuk Ruang .....</b>	<b>30</b>
2.6.1 Lantai.....	30
2.6.2 Dinding .....	31
2.6.3 Jendela .....	31
2.6.4 <i>Plafond</i> .....	31
2.6.5 Dekorasi.....	33
<b>2.7 Penghawaan .....</b>	<b>33</b>
<b>2.8 Pencahayaan .....</b>	<b>34</b>
2.8.1 Pencahayaan Alami.....	34
2.8.2 Pencahayaan Buatan .....	35
<b>2.9 Jenis Lampu pada Interior.....</b>	<b>37</b>
<b>2.10 Eksisting .....</b>	<b>38</b>
2.10.1 Identitas Perusahaan.....	38
2.10.2 Gambaran Perusahaan .....	39
2.10.3 Auto2000.....	39
2.10.4 Visi dan Misi .....	41
2.10.5 Interior Showroom Eksisting .....	41
<b>2.11 Studi Pemodelan .....</b>	<b>44</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>47</b>
<b>METODOLOGI DESAIN .....</b>	<b>47</b>
<b>3.1 Diagram Alur Metodologi .....</b>	<b>47</b>



3.2	Objek Penelitian.....	48
3.3	Metode Pencarian Data .....	48
3.4	Data .....	48
3.4.1	Data Primer .....	48
3.4.2	Data Sekunder .....	49
3.5	Analisa Data .....	49
3.6	Tahapan Desain.....	51
3.6.1	Tahap Penentuan Konsep.....	51
3.6.2	Tahap Perancangan atau Desain .....	51
3.6.3	Tahap Pengembangan Desain .....	51
3.6.4	Desain Akhir .....	51
BAB IV	.....	53
ANALISA DATA DAN KONSEP	.....	53
4.1	Data .....	53
4.2	Analisa Observasi.....	55
4.3	Analisa Wawancara .....	58
4.4	Analisa Kuesioner .....	59
4.5	Konsep Desain .....	62
4.6	Aplikasi Konsep .....	63
4.6.1	Konsep Bentuk .....	63
4.6.2	Konsep Warna .....	63
4.6.3	Konsep Material .....	64
4.6.4	Konsep Dinding .....	64
4.6.5	Konsep Lantai.....	65
4.6.6	Konsep Plafon.....	67
4.6.7	Konsep Furnitur.....	67
4.6.8	Konsep Estetis.....	68
BAB V	.....	69
PROSES DAN HASIL DESAIN	.....	69
5.1	Alternatif Layout .....	69
5.2	Pengembangan Desain Pada <i>Layout</i> Terpilih.....	71
5.3	Pengembangan Gagasan Ide .....	78
5.4	Hasil Desain .....	80
5.4.1	Showroom .....	80





5.4.2 Pelayanan servis.....	84
5.4.3 Kantor dan <i>lounge</i> .....	86
<b>BAB VI .....</b>	<b>89</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>89</b>
6.1 Kesimpulan .....	89
6.2 Saran.....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>91</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>93</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penjualan mobil di Indonesia .....	3
Gambar 2.1 Showroom .....	8
Gambar 2.2 Showroom permanen .....	9
Gambar 2.3 Showroom sementara .....	9
Gambar 2.4 Area display .....	13
Gambar 2.5 Area negosiasi .....	13
Gambar 2.6 Area display .....	13
Gambar 2.7 Area Tunggu Showroom .....	14
Gambar 2.8 Area bermain anak .....	14
Gambar 2.9 Area Tunggu servis .....	14
Gambar 2.10 Dimensi mobil mvp.....	19
Gambar 2.11 Dimensi mobil sedan.....	19
Gambar 2.12 Desain futuristik.....	21
Gambar 2.13 Warna.....	23
Gambar 2.14 Tampak depan objek .....	34
Gambar 2.15 Logo Toyota & Auto2000.....	34
Gambar 4.1 Denah eksisting Toyota Auto2000 Pecindilan .....	47
Gambar 4.2 Denah Lantai 1 .....	48
Gambar 4.3 Denah Lantai 2 .....	48
Gambar 4.4 Area resepsionis .....	50
Gambar 4.5 Area negosiasi .....	51
Gambar 4.6 Area tunggu Showroom .....	51
Gambar 4.7 Area display .....	52
Gambar 4.8 Area tunggu bengkel .....	52
Gambar 4.9 Struktur organisasi Toyota Auto2000 Pecindilan .....	53
Gambar 4.10 Buku panduan Showroom Toyota.....	53
Gambar 4.11 Kriteria desain untuk objek .....	55
Gambar 4.12 Pengaplikasian bentuk.....	57
Gambar 4.13 color scheme .....	58
Gambar 4.14 Material futuristik.....	58
Gambar 4.15 Contoh dinding kaca .....	59



Gambar 4.16 Pintu kamuflase .....	59
Gambar 4.17 Contoh pola lantai .....	60
Gambar 4.18 Material parket .....	60
Gambar 4.19 Lantai venus tiles quartz stone .....	60
Gambar 4.20 Karpet office.....	60
Gambar 4.21 Contoh plafon .....	61
Gambar 4.22 Contoh furnitur .....	61
Gambar 4.23 Lorong penghubung .....	63
Gambar 4.24 Contoh hiddenlamp pada estetika dinding .....	63
Gambar 5.1 Alternatif 1 .....	63
Gambar 5.2 Alternatif 2 .....	64
Gambar 5.3 Alternatif 3 .....	64
Gambar 5.4 Denah area Showroom .....	65
Gambar 5.5 Gagasan ide fasilitas dan sirkulasi.....	66
Gambar 5.6 Simulator layar dome .....	67
Gambar 5.7 Konsep pola lantai .....	67
Gambar 5.8 Konsep area tunggu .....	68
Gambar 5.9 Konsep penempatan area negosiasi .....	68
Gambar 5.10 Area pelayanan servis.....	69
Gambar 5.11 Konsep efesiensi kerja pegawai.....	70
Gambar 5.12 Denah area tunggu serfis .....	71
Gambar 5.13 Denah lantai 2 area kantor dan lounge .....	72
Gambar 5.14 Tranformasi bentuk furnitur .....	72
Gambar 5.15 Transformasi bentuk estetis .....	73
Gambar 5.16 Transformasi bentuk backdrop .....	73
Gambar 5.17 View 1 area pameran.....	74
Gambar 5.18 Sudut view 1 pada denah.....	74
Gambar 5.19 View 2 area pameran.....	75
Gambar 5.20 Sudut view 2 pada denah.....	75
Gambar 5.21 View 3 area pameran.....	76
Gambar 5.22 Sudut view 3 pada denah.....	76
Gambar 5.23 View 1 pelayanan servis.....	77
Gambar 5.24 Sudut view 1 pada denah.....	77



Gambar 5.25 View 2 ruang tunggu servis.....	78
Gambar 5.26 Sudut View 2 pada denah.....	78
Gambar 5.27 View 1 area lounge.....	79
Gambar 5.28 Sudut view 1 area lounge .....	79
Gambar 5.28 View 2 area Kantor .....	80
Gambar 5.29 Sudut View 2 area kantor .....	80



*Halaman sengaja dikosongkan*





## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Dimensi SRP.....	19
Tabel 4.1 Variabel dan metode .....	42
Tabel 4.2 Studi Aktivitas .....	46
Tabel 4.3 Kebutuhan ruang.....	46
Tabel 4.4 Konsep .....	54
Tabel 5.1 Weight method.....	60
Tabel 5.2 Weight method.....	61



*Halaman sengaja dikosongkan*



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Sektor otomotif merupakan salah satu sektor yang berpotensi paling besar sebagai penggerak roda ekonomi Negara di bidang industri dan perdagangan. Terbukti dalam beberapa tahun terakhir, dapat dilihat dari jumlah pengguna kendaraan bermotor yang semakin meningkat. Hal tersebut terjadi karena varian yang ditawarkan oleh distributor otomotif semakin beragam, disesuaikan dengan tingkat pendapatan dan fungsi yang diinginkan oleh konsumennya.

Di Indonesia sendiri banyak terdapat merek-merek mobil yang beredar, setiap merek dipegang oleh masing-masing Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM). Saat ini terdapat 23 ATPM yang memegang merek mobil yang beredar di Indonesia, seperti *Honda, Toyota, Suzuki, Chevrolet, Daihatsu, Nissan, Volkswagen, Mercedes Benz, BMW*, dan lain- lain. Toyota sebagai salah satu pesaing dalam bisnis otomotif secara khusus, mobil-mobil keluaran Toyota termasuk dalam kategori terjangkau untuk masyarakat secara luas. Saat ini Toyota merupakan merek mobil yang sangat dikenal luas oleh masyarakat Indonesia.

Berkembangnya inovasi, teknologi, serta berbagai tipe kendaraan yang dikeluarkan oleh Toyota mendorong produsen kendaraan untuk mempromosikan berbagai kelebihan produk-produk yang dimilikinya. Hal tersebut memiliki tujuan agar konsumen lebih paham akan berbagai informasi terkini yang berkaitan dengan produk. Berbagai kelebihan dan teknologi yang digunakan maupun kemudahan dan jaminan yang diberikan oleh Toyota. Pada saat terjadi krisis global dan tren pasar otomotif yang menurun, penjualan Toyota justru meningkat.

Naiknya ketertarikan masyarakat dalam penggunaan kendaraan Toyota, *Showroom Auto2000* menjadi tujuan utama masyarakat untuk mencari informasi dan membeli kendaraan Toyota. Tidak hanya *Showroom*,



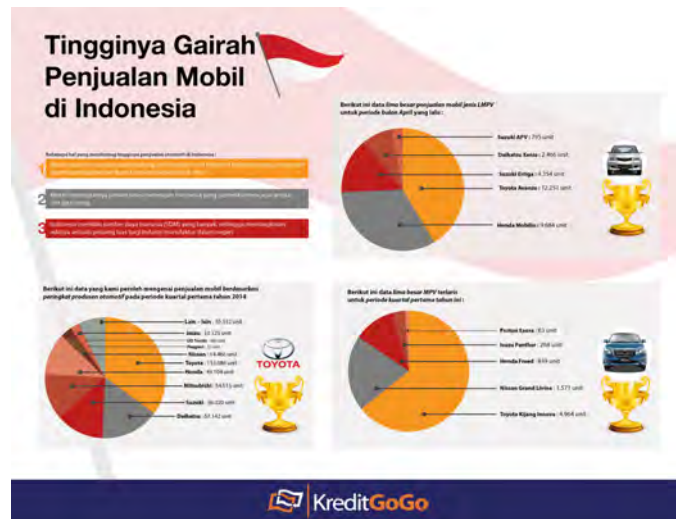
Auto2000 juga memfasilitasi pengguna kendaraan Toyota untuk melakukan *service* berkala secara resmi. Salah satunya adalah Auto2000 Pecindilan.

Toyota Auto2000 Pecindilan adalah salah satu cabang yang terletak di daerah Pecindilan, Surabaya. *Showroom* ini mempunyai dua fungsi yang diperuntukan untuk konsumen, yaitu *Showroom* sebagai area pameran kendaraan dan bengkel untuk servis resmi Toyota secara berkala. Banyaknya minat masyarakat yang ingin melihat kendaraan merek Toyota pada *Showroom* Auto2000, mewajibkan produsen untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen dengan memberikan fasilitas yang memadai untuk semua kebutuhan konsumen saat berkunjung maupun melakukan servis.

Demi kepuasan konsumen, masalah interior ruang *Showroom* juga harus mendapat perhatian khusus agar dapat memberikan rasa nyaman terhadap konsumen yang berkunjung ke *Showroom*. Interior yang terdapat pada *Showroom* masih menjurus kepada standar perancangan *Showroom*, yang cenderung lebih mengutamakan sisi ekonomi ketimbang memberi tampilan yang lebih menarik kepada para pengunjung. Oleh karena itu, interior *Showroom* menjadi salah satu cara untuk meningkatkan penjualan dengan cara menampilkan desain interior yang menarik dan meningkatkan kerja pegawai dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen dengan *layout* yang efisien dan memberikan rasa betah kepada para konsumen agar dapat melihat lebih lama yang memberikan peluang konsumen untuk membeli produk lebih banyak.



### 1.1.1 Penjualan Mobil di Indonesia



Gambar 1.1  
Penjualan mobil di Indonesia  
Sumber : KreditGoGo

Industri otomotif Indonesia terus menggeliat dan menunjukkan kondisi yang positif ditengah perekonomian dalam negeri yang melambat pada tahun ini. Berdasarkan informasi dari Kementerian Koperasi dan UKM, dalam dua tahun terakhir jumlah penjualan mobil di Indonesia telah melampaui angka satu juta unit. Dengan penjualan mobil terbesar masih disumbangkan oleh mobil jenis *Multi Purpose Vehicle* (MPV) yang mendominasi hingga 41,84% pangsa pasar nasional pada tahun lalu<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>Joko Praytno, 22 juli 2014 : <https://kreditgogo.com/artikel/Ekonomi-dan-Perbankan/Tingginya-Gairah-Penjualan-Mobil-di-Indonesia.html>.

## 1.2 Permasalahan

### 1.2.1 Identifikasi Masalah

1. Lahan terbatas dengan berbagai kebutuhan ruang.
2. Kurang terfasilitasinya kebutuhan konsumen seperti kursi pijat, area merokok, dan area bermain anak saat berada di area tunggu.
3. Sirkulasi pegawai yang mengganggu aktivitas pengunjung.
4. Area tunggu yang menyudut sehingga tidak dapat melihat ke arah kendaraan yang di pameran.
5. Area negosiasi yang tak menjangkau salah satu produk yang di pameran.





### 1.2.2 Perumusan Masalah

1. Bagaimana konsumen mendapatkan informasi dan mengenali dengan baik produk yang dipamerkan?
2. Bagaimana memberikan kepuasan kepada semua segmentasi pengunjung yang sesuai dengan kebutuhannya?
3. Bagaimana menciptakan kinerja pegawai yang efisien untuk meningkatkan pelayanan kepada pengunjung?
4. Bagaimana menciptakan suasana *Showroom* yang mempunyai karakteristik dan berbeda dengan *Showroom* pada umumnya?

### 1.2.3 Batasan Masalah

1. Kebutuhan ruang yang sebelumnya telah disediakan Toyota Auto2000 tidak dihilangkan, tetapi penambahan dengan detail menjadi prioritas utama dalam sebuah desain.
2. Warna yang diberikan mewakili *image* dari Toyota Auto2000.
3. Sirkulasi dalam *Showroom*.

## 1.3 Tujuan dan Manfaat

### 1.3.1 Tujuan

1. Menghasilkan desain interior *showroom* yang sesuai dengan karakter, identitas, aktivitas, dan kebutuhan ruang pada Toyota Auto2000
2. Menghasilkan desain yang mengoptimalkan fungsi fasilitas pada showroom tanpa meninggalkan konsep awal kepada semua segmentasi yang diharapkan meningkatkan loyalitas pengunjung.
3. Sebagai referensi dalam membuat desain interior *showroom* Toyota Auto2000 untuk masa mendatang.

### 1.3.2 Manfaat

1. Manfaat untuk perusahaan:  
Menjaga loyalitas konsumen terhadap kendaraan merek Toyota dan menambah nilai jual *Showroom* Toyota Auto2000 di mata masyarakat.
2. Manfaat untuk konsumen:



Mendapatkan pelayanan yang terbaik saat berkunjung dan melakukan servis kendaraan.

3. Manfaat untuk bidang keilmuan:

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi pengetahuan baru mengenai *Showroom* Toyota Auto2000 yang dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya di masa mendatang.

#### 1.4 Ruang Lingkup

1. Ruang yang didesain meliputi area *Showroom*, area pelayanan servis, kantor, serta penambahan fungsi ruang negosiasi untuk area *outdoor*.
2. *Zoning* area yang sesuai dengan analisa kebutuhan dan aktifitas pengguna, meliputi pegawai dan pengunjung.
3. Pengolahan elemen pembentuk ruang beserta furnitur dan elemen estetika yang menggunakan konsep langgam futuristik.



*Halaman sengaja dikosongkan*

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA, EKSISTING DAN PEMBANDING

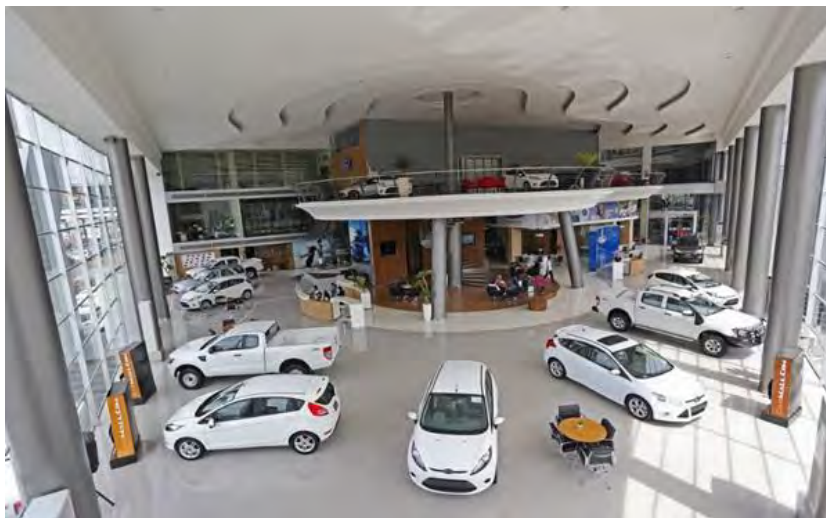
#### 2.1 *Showroom*

##### 2.1.1 Pengertian *Showroom*

*Showroom* adalah ruang pameran, ruang yang khusus digunakan sebagai tempat memamerkan mobil. Masyarakat umum menyebut demikian karena secara global sudah menjadi kebiasaan dan mereka berasumsi bahwa tempat untuk memajang bernama *Showroom*. Dimana *Showroom* terdiri dari dua kategori yaitu *Showroom* mobil baru atau *Showroom* mobil bekas yang kerap kali disebut *Showroom* mobkas.

*Showroom* mobil baru atau ruang pameran mobil adalah tempat menjual satu merek yang sudah mendunia dan berada dalam satu negara, terdiri dari beberapa cabang dalam satu kota dan hanya ada satu pusat dalam satu negara. *Showroom* mobil bekas disimpulkan sebagai suatu ruang pameran mobil yang menjual berbagai jenis merek kendaraan bermotor yang tergolong sebagai *used car*.

Kata-kata *Showroom* pun menjadi sama pengertiannya, yaitu tempat untuk memajang mobil. Selain itu *Showroom* juga dapat diartikan sebagai tempat *display* untuk furniture ataupun barang yang memang untuk dipamerkan. Tujuan *Showroom* dibuat adalah untuk memberikan fasilitas akan kebutuhan, di mana kebutuhan kendaraan saat ini sangat kompleks.



Gambar 2.1  
*Showroom mobil ford Nusantara Bekasi*  
Sumber : [mobil.sportku.com](http://mobil.sportku.com)



### 2.1.2 Jenis – Jenis *Showroom*

*Showroom* pada umumnya merupakan ruang pameran untuk memamerkan produk tertentu, dalam laporan ini produknya merupakan produk otomotif. Terdapat dua jenis *showroom*, yaitu:

#### a. *Showroom* permanen

*Showroom* yang digunakan dalam jangka waktu panjang dan bersifat menetap.



Gambar 2.2  
*Showroom CMI Toyota West Terrace Showroom, SA*  
Sumber : [www.builtenvirons.com.au](http://www.builtenvirons.com.au)

#### b. *Showroom* sementara

*Showroom* yang digunakan hanya untuk waktu tertentu seperti pameran.



Gambar 2.3  
*Pameran Detroit 2013*  
Sumber : [www.fsolusimobil.com](http://www.fsolusimobil.com)

### 2.1.3 Fisik Umum *Showroom*

Komponen yang sangat penting dalam persyaratan fisik umum adalah komponen ruang yang meliputi: pembagian ruang, pengaturan ruang, dan





dekorasi ruang. Komponen lainnya yang cukup penting dalam persyaratan fisik umum adalah lokasi dan lingkungan yang meliputi:

- Pemilihan lokasi harus memperhatikan potensi pasar yang tersedia di sekitar lokasi tersebut, tetapi tetap memperhitungkan *budget* yang tersedia. Pilih lokasi yang dekat dengan pasar, sekolah atau universitas, perumahan, dan perkantoran. Lokasi calon bengkel jangan terlalu masuk ke dalam, jauh dari jalan besar, paling tidak ada jalur angkutan umum yang rutin lewat sekitar lokasi.

Investor juga harus memperhitungkan apakah pendirian bengkel di lokasi yang diincar untuk dijadikan bengkel diijinkan oleh aparat kelurahan atau kecamatan. Peraturannya harus ada izin keramaian atau HO yang ditandatangani oleh tetangga sekitar sebagai tanda tidak keberatan di lingkungan mereka ada bengkel yang berdiri.

- Utilitas (air, listrik, *emergency lamp*, dan tata udara) juga merupakan komponen vital lainnya dalam persyaratan fisik umum tersebut dan begitupula dengan pencegahan bahaya kebakaran.

Adapun syarat-syarat fisik umum sebuah *Showroom*, yaitu :

- Fisik umum (bangunan, pencegahan bahaya kebakaran, pembuangan air limbah dan sampah, serta tempat parkir).
- Fisik ruang, perlengkapan dan peralatan (ruang display, ruang tunggu, gudang, kantor, bengkel, ruang administrasi, dan ruang karyawan).

Dalam membangun *Showroom* sebaiknya mengikuti syarat-syarat ruang yang ada. Syarat-syarat itu meliputi :

a. **Ruangan Tunggu (*waiting room*)**

Merupakan ruangan yang memiliki fungsi dan kegunaan yang diperuntukkan bagi pengunjung yang menunggu kendaraannya selesai diservis. Tentu saja selagi menunggu pengunjung dapat bosan jika ruangan tidak dilengkapi fasilitas penunjang yang memadai. Oleh karena itu dibutuhkan beberapa fasilitas penunjang seperti: area merokok, makanan serta minuman gratis, dan lainnya yang dapat membuat pengunjung betah dan tidak bosan ketika menunggu lama kendaraannya diservis hingga selesai.



**b. Ruang *Display***

- Penerangan yang cukup.
- Hendaknya diatur dengan memperhatikan sirkulasi ruangan agar tidak terlalu sempit sehingga pengunjung dapat melihat produk dengan sudut pandang yang jelas.
- Poster berisikan prosedur pelayanan konsumen dan jaminan kualitas yang bisa didapatkan konsumen, bila perlu cantumkan nomor telepon khusus untuk mengatasi keluhan konsumen.

**c. Tempat Servis *Tune Up***

Setiap pemilik ingin memiliki tempat servis dengan jumlah sebanyak-banyaknya, karena berhubungan dengan kapasitas unit yang diservis. Hal tersebut erat hubungannya dengan uang, namun fasilitas dan kenyamanan konsumen juga sangat berpengaruh pada kedatangan konsumen. Dengan begitu, buatlah yang sebanyak-banyaknya tetapi jangan terlalu banyak.

Tempat servis harus bisa dilihat oleh konsumen yang berada di ruang tunggu dan juga orang yang lewat di depan bengkel. Hal tersebut menjadi penting karena bengkel adalah usaha yang bergerak dibidang jasa, maka anda harus pamer segala fasilitas yang ada di bengkel tersebut.

Usahakan arah parkir sepeda motor yang diservis menghadap sebelah kiri dari mekanik, karena orang yang tidak kidal lebih nyaman memarkir kendaraan di arah kiri mereka.

**d. Tempat Servis Bongkar Mesin Ringan–Berat**

Selain ada tempat servis untuk *tune up*, ada tempat servis khusus untuk bongkar mesin baik ringan atau berat. Jangan disatukan, karena pekerjaan ini relatif lebih lama daripada *tune up*. Jadi lebih baik anda menjadwalkan konsumen yang ingin bongkar mesin bila jumlahnya tidak bisa dikerjakan dalam sehari, daripada mengorbankan tempat servis *tune up*. Karena keuntungan bongkar mesin yang bisa memakan waktu berjam-jam lebih sedikit dibanding keuntungan *tune up*.



**e. Gudang *Spare Part***

Gudang *spare part* harus berada ditempat yang mudah dijangkau oleh petugas penerima servis. Konsumen dan mekanik bisa dengan mudah membeli atau mengambil *spare part* kepada petugas penerima servis. Maka letaknya sebaiknya berada di belakang petugas penerima servis, tetapi *display* dengan baik sehingga mudah dilihat oleh konsumen. Kalau perlu sebagian besar gudang terbuat dari kaca sehingga isi serta kelengkapan dari gudang anda bisa dilihat oleh konsumen.

**f. Toilet – Mushola**

Sediakan toilet yang representatif, banyak kasus di mana ada orang yang fanatik memilih suatu tempat hanya karena toiletnya bersih, walau pelayanannya biasa saja. Kalau ruangnya memungkinkan, sediakan Mushola. Dengan begitu, ketika konsumen datang ke bengkel mereka tidak perlu pergi keluar hanya untuk memenuhi kebutuhannya.

**g. Ruang Konsultasi**

Konsumen yang tidak puas dengan pelayanan dari mekanik-mekanik anda pasti ada. Maka sangat tidak elok bila ada konsumen yang marah-marah di depan semua orang, karena saya yakin konsumen yang lain sedikit banyak akan terpengaruh oleh marah atau komplainnya konsumen tersebut. Untuk menghindari hal tersebut, sediakan ruang konsultan yang nyaman, yaitu dilengkapi oleh pendingin ruangan. Ruang tersebut juga dapat berfungsi sebagai kantor anda atau penanggung jawab untuk menyelesaikan tugas-tugas administrasinya.

**h. Loker atau Ruang Istirahat Mekanik**

Bila masih ada ruang, maka sediakan ruang loker untuk ganti atau istirahat karyawan serta mekanik. Para mekanik serta karyawan yang membutuhkan privasi dapat menggunakan ruang tersebut untuk ganti atau istirahat. Tempat tersebut bisa dijadikan tempat bersosialisasi antar mekanik baik mengenai pelayanan konsumen atau *sharing* masalah-masalah teknik.



#### 2.1.4 Fasilitas *Showroom*

##### 1. *Area Display Kendaraan*

*Area display* kendaraan merupakan bagian utama dari *Showroom* yang menampilkan unit mobil.



*Gambar 2.4*

*Area display*

*Sumber : otomotif.news.viva.co.id*

##### 2. *Area Negosiasi*

Merupakan sebuah tempat negosiasi antar penjual dan pembeli untuk sebuah unit mobil.



*Gambar 2.5*

*Area negosiasi*

*Sumber : frequencytattooocenter.blogspot.co.id*



### 3. Aksesoris *Display*

Merupakan tempat aksesoris dari model kendaraan yang di pameran.



*Gambar 2.6*  
*Aksesoris display*  
*Sumber : autonetmagz.net*

### 4. Area *Tunggu Showroom*

Area dimana pelanggan yang membawa teman atau keluarga dapat beristirahat sambil menunggu proses negosiasi.



*Gambar 2.7*  
*Area tunggu Showroom*  
*Sumber : danyjhl.wordpress.com*





## 5. Area Bermain Anak

Area dimana pelanggan yang membawa anak-anaknya dapat terfasilitasi saat berada di dalam *Showroom*.



*Gambar 2.8*  
*Area bermain anak*

*Sumber : [www.sardanagroup.co.id](http://www.sardanagroup.co.id)*

## 6. Ruang Tunggu Servis

Fasilitas bagi pelanggan yang melakukan servis berkala dapat menunggu kendaraannya diservis dengan santai dan nyaman di dalam ruang.



*Gambar 2.9*  
*Area tunggu servis*

*Sumber : [www.masagungindonesia.com](http://www.masagungindonesia.com)*

### 2.1.5 Alur Kerja *Showroom*

Uraian Tugas Dalam *Showroom* Mobil:

#### 1. *President Director*

Tugas dan wewenang:

- Menetapkan visi dan misi perusahaan.
- Mengawasi dan mengevaluasi kebijakan.
- Mengawasi kegiatan operasional perusahaan agar sesuai dengan perencanaan.



- Mereview laporan yang dibuat oleh *vice president* untuk dibahas dalam rapat umum pemegang saham dan melakukan evaluasi.

## **2. Vice President**

- Membuat dan menentukan kebijakan perusahaan baik jangka panjang maupun pendek.
- Bertanggung jawab atas kegiatan operasi perusahaan yang harus dilaporkan kepada dewan komisaris.
- Melaksanakan pengawasan dan mengkoordinir tugas-tugas dari perusahaan yang akan dilaksanakan karyawan.
- Berwenang untuk menyetujui dan membatalkan segala kegiatan perusahaan.

## **3. Operational Director**

- Merencanakan dan menyusun kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan operasional perusahaan.
- Mengawasi dan mengevaluasi pelaksanaan pekerjaan dibawahnya.

## **4. HRD Manager**

- Bertanggung jawab di dalam pengelolaan dan pengembangan Sumber Daya Manusia, yaitu dalam hal perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan kegiatan sumber daya manusia, termasuk pengembangan kualitasnya dengan berpedoman pada kebijaksanaan dan prosedur yang berlaku di perusahaan.
- Bertanggung jawab terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan-kegiatan pembinaan *government and industrial* serta mempunyai kewajiban memelihara dan menjaga citra perusahaan.

## **5. Financial Director**

- Mengelola fungsi akuntansi dalam memproses data dan informasi keuangan untuk menghasilkan laporan keuangan yang dibutuhkan perusahaan secara akurat dan tepat waktu.
- Mengkoordinasikan dan mengontrol perencanaan, pelaporan dan pembayaran kewajiban pajak perusahaan agar efisien, akurat, tepat waktu, dan sesuai dengan peraturan pemerintah yang berlaku.



## **6. Kasir**

- Bertanggung jawab terhadap keluar masuknya uang dan pengelolaan keuangan (*cashflow*) yang ada pada cabang termasuk keuangan departemen servis.
- Membuat laporan atas persetujuan Kepala administrasi untuk dikirim kepada *accounting* pusat secara periodik.

## **7. Administrasi Unit (*Sales Administration*)**

- Administrasi Unit bertanggung jawab terhadap kegiatan yang terjadi pada unit, termasuk tentang penjualan unit kendaraan dan kegiatan sales.
- Administrasi unit juga bertugas mengurus surat-surat yang berhubungan dengan kendaraan.
- Administrasi unit juga bertanggung jawab terhadap jumlah unit stok yang tersedia. Dalam pelaksanaan pelaksanaan kegiatannya administrasi unit bertanggung jawab kepada kepala administrasi.

## **3. *Sales Supervisor***

- *Sales supervisor* bertanggung jawab terhadap pencapaian target penjualan unit kendaraan dan melakukan penawaran terhadap *customer*, *sales supervisor* membentuk group untuk membantu pencapaian target penjualan.

## **4. *Service Advisor***

- Bertugas memberikan saran kepada *customer* berkenaan tentang servis kendaraan termasuk menampung keluhan atau masukan dari *customer*.
- *Service Advisor* juga bertugas memberi keterangan kepada mekanik tentang pekerjaan-pekerjaan yang harus dilakukan. *Service advisor* bertanggung jawab kepada *workshop supervisor*.

## **5. *Workshop Supervisor***

- Bertanggung jawab terhadap seluruh kegiatan yang terjadi didalam bengkel.

### **2.1.6 Persyaratan Sistem Manajemen Informasi yang Baik**

1. Mempunyai sistem manajemen informasi atau sistem pengendalian data bengkel yang akurat dan sesuai, yang bertujuan agar pedoman, catatan,



dan data-data yang direkam mudah diidentifikasi, diakses, ditelusuri, dianalisis, dan dipergunakan oleh karyawan bengkel.

2. Mempunyai prosedur pemeliharaan dan pengendalian atas database, agar pengendalian database bisa berjalan dengan kontinyu.
3. Mempunyai sistem aktualisasi data, agar informasi yang ditampilkan benar, akurat, dan *up to date*.
4. Menyimpan data yang di dokumentasikan minimal untuk dua tahun, meliputi:
  - Data kegiatan operasional bengkel, meliputi: pengelolaan suku cadang, proses perawatan dan perbaikan, data historis kendaraan dan faktur.
  - Data profil atau kondisi fasilitas dan sarana bengkel, meliputi: catatan dan jumlah peralatan dan fasilitas pemeliharaan dan kalibrasi untuk alat yang membutuhkan kalibrasi ulang. dan data lainnya yang diperlukan.
  - Pedoman (*Standart Operating System*) bengkel.

#### **2.1.7 Hal yang Diperhatikan Dalam Mendesain *Showroom***

##### **1. Gunakan *style* arsitektur yang selaras dengan barang yang di pajang.**

Apabila barang yang dipamerkan merupakan meubel antik, tentunya fasad bangunan harus menyesuaikan dengan tema barang yang di pasang. Akan nampak kontras bila *Showroom* meubel antik mempunyai fasad arsitektur modern. Tentu langgam arsitekturalnya akan lebih serasi jika menggunakan arsitektur klasik.

##### **2. Penataan Sirkulasi pada Halaman Depan.**

Bila berbicara tentang sirkulasi sebuah *Showroom*, tentu harus dipelajari terlebih dahulu apa atau siapa saja yang akan menggunakan jalur sirkulasi di area depan sebuah *Showroom*. Berapa kira-kira jumlah pengunjung rata rata setiap hari, kendaraan apa saja yang melintas, bagaimana respon area tersebut bila ada *event* tertentu, serta di mana jumlah pengunjung terlalu banyak.

##### **3. Pemisahan Jalur sirkulasi antara Pengunjung dengan Sirkulasi Barang.**



Jalur sirkulasi barang perlu mendapat perhatian khusus, bagaimana proses pemindahannya, seberapa besar ruang atau jalur sirkulasi yang dibutuhkan, dan lainnya.

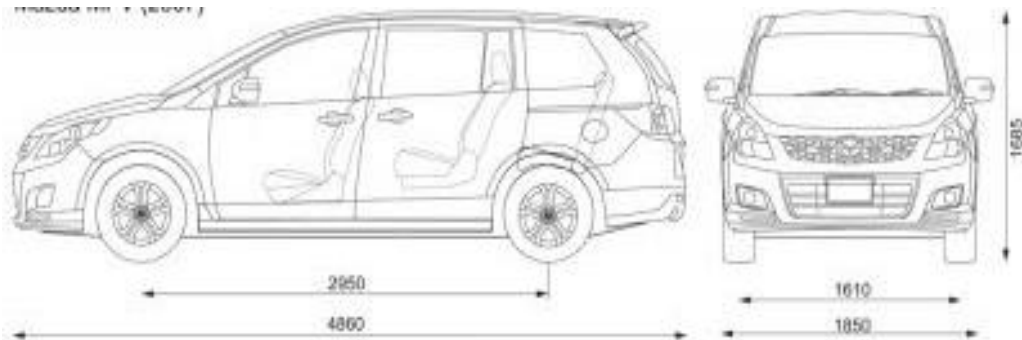
#### 4. Penggunaan *Lighting* yang Sesuai.

Agar barang yang dipajang dapat memikat perhatian pengunjung, hal yang paling penting adalah *lighting*. *Lighting* mencakup penggunaan lampu yang tepat dan penataan ruangan serta penggunaan warna. Penggunaan warna dinding tentu tidak boleh lebih mencolok dari barang yang dipamerkan. Karena penataan ruang ditujukan untuk menarik pengunjung pada barang yang dipamerkan, jangan dibingungkan dengan penggunaan warna yang salah pada elemen ruang lain.

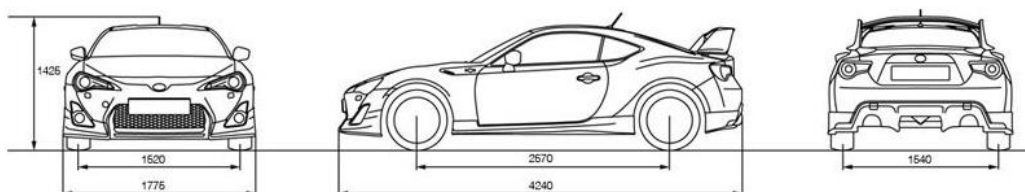
#### 5. Penggunaan Konstruksi Bentang Lebar.

Sebuah *Showroom* bila memamerkan barang-barang yang berukuran besar, tentu memerlukan luasan yang besar juga. Hal ini menuntut minimnya penggunaan tiang penyangga pada konstruksinya. Oleh karena itu diperlukan sistem konstruksi bentang lebar, biasanya menggunakan baja.

## 2.2 Dimensi Mobil



Gambar 2.10  
Dimensi mobil mvp  
Sumber : [www.delmonstro.com](http://www.delmonstro.com)



Gambar 2.11  
dimensi mobil sedan  
Sumber : [www.iotomotif.com](http://www.iotomotif.com)



### 2.2.1 Satuan Ruang Parkir

Satuan ruang parkir disingkat SRP adalah ukuran luas efektif untuk meletakkan kendaraan, dalam hal ini mobil penumpang, bus atau truk, maupun sepeda motor, baik parkir paralel di pinggir jalan, pelataran parkir, ataupun gedung parkir. SRP harus mempertimbangkan ruang bebas dan lebar bukaan pintu serta untuk hal-hal tertentu jika SRP adalah SRP untuk mobil penumpang.

### 2.2.2 Dimensi SRP

Dimensi dasar untuk SRP berdasarkan Pedoman Perencanaan dan Pengoperasian Fasilitas Parkir tergantung kepada bukaan pintu, jenis kendaraan. Lebar bukaan pintu akan memengaruhi kenyamanan penumpang keluar masuk kendaraan seperti ditunjukkan berikut ini:

Tabel 2.1 Dimensi SRP

Jenis bukaan pintu	Pengguna dan atau peruntukan	Gol.
Pintu depan/belakang terbuka tahap awal 55 cm	Kantor, Perdagangan, Universitas	I
Pintu depan/belakang terbuka penuh 75 cm	Pusat Olahraga, Hotel, Rekreasi, Rumah Sakit, Bioskop, Belanja	II
Pintu depan/belakang terbuka penuh ditambah pergerakan kursi roda	Orang Cacat	III

Sumber : [id.wikipedia.org](http://id.wikipedia.org)

## 2.3 Display

Penataan produk atau yang sering kita kenal dengan istilah *display* adalah suatu cara penataan produk terutama produk barang yang diterapkan oleh perusahaan tertentu dengan tujuan untuk menarik minat konsumen. Untuk memperjelas arti dari display tersebut, William J.Shultz, “*Display consist of simulating customers attention and interest in a product or a store, and desire to buy the product or patronize the store, through direct visual appeal*”. *Display* adalah suatu cara mendorong perhatian dan minat konsumen pada toko atau barang dan mendorong keinginan membeli melalui daya tarik penglihatan langsung ( *direct visual appeal* ).

### 2.3.1 Pengertian Display

*Display* adalah proses mempertunjukkan, memperlihatkan, memperagakan dan memamerkan sebagai bentuk mediasi dari suatu gagasan yang ingin disampaikan atau diinformasikan kepada public, dengan cara



menyusun elemen-elemen desain yang berhubungan kedalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik.

Dalam penataan sebuah *display* ada beberapa elemen yang perlu diperhatikan, yaitu: elemen dasar, elemen interior dan prinsip-prinsip penataan. Elemen dasar dalam display harus memperhatikan titik, garis, bidang, volume dan warna.

Elemen interior antara lain dengan memperhatikan ruang, lantai, dinding, plafon, furniture dan cahaya. Sedangkan prinsip-prinsip penataan yang perlu diperhatikan antara lain: proporsi, skala, keseimbangan, keselarasan, kesatuan dan keragaman, dan penekanan pada unsur tertentu. Penataan materi pameran tersebut perlu memperhitungkan/persepsi tentang sikap pengunjung, yang meliputi sisi cognitive, affective dan connotative. Sebab ketiga komponen sikap tersebut dapat membentuk motivasi pengunjung untuk menikmati dan memahami materi melalui *display* yang ditampilkan.

### 2.3.2 Tujuan *Display*

Pelaksanaan *display* yang baik merupakan salah satu cara untuk memperoleh keberhasilan *self service* dalam menjual barang-barang. Hal ini dapat dilihat di supermarket. Adapun tujuan display digolongkan sebagai berikut :

#### 1. Attention dan Interest Customer

*Attention* dan *interest customer* , yaitu untuk menarik perhatian pembeli dilakukan dengan cara menggunakan warna-warna, lampu-lampu, dan sebagainya.

#### 2. Desire dan Action Customer

*Desire* dan *action customer* , yaitu untuk menimbulkan keinginan memiliki barang-barang yang dipamerkan di toko tersebut, setelah memasuki toko, kemudian melakukan pembelian.

### 2.3.3 Bagian – Bagian dan Fungsi *Display*

Selanjutnya, *display* dibagi kedalam beberapa bagian yaitu:

#### 1. Window Display

Memajangkan barang-barang, gambar-gambar kartu harga, simbol-simbol, dan sebagainya dibagian depan toko yang disebut etalase.



## 2. Interior Display

Memajangkan barang-barang, gambar-gambar, kartu-kartu harga, dan poster-poster di dalam toko. Interior *display* dibagi dalam beberapa bagian yaitu sebagai berikut:

### a. Open display

*Open display*, yaitu barang-barang dipajangkan pada suatu tempat terbuka sehingga dapat dihindari dan dipegang, dilihat dan diteliti oleh calon pembeli tanpa bantuan petugas pelayanan, misalnya *self display*, *island display* (barang-barang diletakkan diatas lantai dan ditata dengan baik sehingga menyerupai pulau-pulau).

### b. Closed display

*Closed display*, yaitu barang-barang dipajangkan dalam suasana tertutup. Barang-barang tersebut tidak dihindari tidak dipegang atau diteliti oleh calon pembeli, kecuali atas bantuan petugas pelayanan. Hal ini bertujuan untuk melindungi barang dari kerusakan, pencurian.

### c. Architectural Display

*Architectural display*, yaitu memperlihatkan barang-barang dalam penggunaannya, misalnya di ruang tamu, di kamar tidur, di dapur dengan perlengkapannya. Cara ini dapat memperbesar daya tarik karena barang-barang dipertunjukkan secara realistis.

## 3. Exterior Display

Memajangkan barang-barang di luar toko, misalnya pada waktu mengadakan obral dan pasar malam. *Display* ini mempunyai beberapa fungsi, antara lain:

- a. Memperkenalkan suatu produk secara cepat dan ekonomis.
- b. Membantu para produsen yang menyalurkan barang-barangnya dengan cepat dan ekonomis.
- c. Membantu mengkoordinasikan *Advertising* dan *Merchandising*.
- d. Menyebabkan adanya kontinuitas skema dan tema warna dari pembungkus.
- e. Membangun hubungan yang baik dengan masyarakat, misalnya pada hari raya, ulang tahun.





Selain ketiga macam display yang telah diuraikan di atas, perlu juga diperhatikan beberapa hal dalam display, yaitu sebagai berikut:

a. Store Design dan Decoration

*Store design* dan *decoration*, yaitu tanda-tanda yang berupa diantaranya simbol-simbol, lambing-lambang, poster-poster, gambar-gambar, bendera-bendera, dan semboyan. Tanda-tanda ini diletakkan di atas meja atau digantung di dalam toko. Store design tersebut digunakan untuk membimbing calon pembeli ke arah barang dagangan dan member keterangan kepada mereka tentang penggunaan barang-barang tersebut. "*decoration*" pada umumnya digunakan dalam rangka peristiwa khusus, seperti penjualan pada saat-saat hari raya, natal, dan tahun baru.

b. Dealer Display

Dealer *display*, yaitu penataan yang dilaksanakan dengan cara wholesaler yang terdiri atas simbol-simbol dan petunjuk-petunjuk tentang penggunaan produk. Dengan memperlihatkan kegunaan produk dalam gambar dan petunjuk, maka display ini juga memberi peringatan kepada para petugas penjualan agar mereka tidak memberikan keterangan yang tidak sesuai dengan petunjuk yang ada dalam gambar tersebut.

### 2.3.4 Pencahayaan Ruang *Display*

Terdapat 2 macam pencahayaan, yaitu pencahayaan alami (matahari) dan pencahayaan buatan (lampu).

Aspek pencahayaan:

- warna cahaya
- iluminasi dan tingkat penerangan
- posisi dan arah pencahayaan

(tidak menyilaukan pengunjung), posisi pencahayaan tergantung objek yang diberi penerangan

*up light*: : memberikan efek megah, posisi lampu dihadapkan ke atas

*down Light* : pencahayaan merata dengan diarahkan kebawah



*back light* : memberikan efek bentuk benda terlihat jelas, memberikan aksentuasi pada benda

*Side Light* : memberikan efek penekanan pada elemen-elemen benda pada aksentuasi tertentu

*Front light* : memberikan efek natural, pencahayaan dari depan benda  
- sudut pencahayaan  
hendaknya memperhatikan benda, agar tidak mengurangi estetika dari benda

## 2.4 Sirkulasi

### 2.4.1 Definisi Sirkulasi

- Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (Sugono, 2008:1361), sirkulasi adalah suatu peredaran.
- Cryill M. Haris (1975) menyebutkan bahwa sirkulasi merupakan suatu pola lalu lintas atau pergerakan yang terdapat dalam suatu area atau bangunan. Di dalam bangunan, suatu pola pergerakan memberikan keluwesan, pertimbangan ekonomis, dan fungsional.
- Tali yang terlihat dan menghubungkan ruang-ruang dalam suatu bangunan atau tali yang menghubungkan deretan ruang dalam dan ruang luar secara bersama-sama (D.K. Chink, 1973).

### 2.4.2 Jenis-Jenis Sirkulasi

- **Sirkulasi Manusia:**

Pergerakan manusia akan mempengaruhi sistem sirkulasi dalam tapak. Sirkulasi manusia dapat berupa pedestrian atau plaza yang membentuk hubungan erat dengan aktivitas kegiatan di dalam tapak. Hal yang perlu diperhatikan, antara lain lebar jalan, pola lantai, kejelasan orientasi, lampu jalan, dan fasilitas penyeberangan (Hari, 2009). Selain itu ada beberapa ciri dari sirkulasi manusia, yakni: 1) kelonggaran dan fleksibel dalam bergerak, 2) berkecepatan rendah, dan 3) sesuai dengan skala manusia (Tofani, 2011).

- **Sirkulasi Kendaraan:**

Aditya Hari (2008) mengungkapkan bahwa secara hierarki sirkulasi kendaraan dapat dibagi menjadi 2 jalur, yakni antara lain: 1) jalur



distribusi, jalur untuk gerak perpindahan lokasi (jalur cepat), dan 2) jalur akses, jalur yang melayani hubungan jalan dengan pintu masuk bangunan.

▪ **Sirkulasi Barang:**

Sirkulasi barang umumnya disatukan atau menumpang pada sistem sirkulasi lainnya. Namun, pada perancangan tapak dengan fungsi tertentu sistem sirkulasi barang menjadi sangat penting untuk diperhatikan. Contoh sistem sirkulasi barang secara horisontal dan vertikal adalah *lift* barang, *conveyor belt*, jalur troli, dan lain-lain (Rahmah, 2010).

#### 2.4.3 Sistem Sirkulasi

Sistem sirkulasi adalah prasarana penghubung vital yang menghubungkan berbagai kegiatan dan penggunaan suatu lahan di atas suatu area dan di dalam bangunan yang mempertimbangkan aspek fungsional, ekonomis, keluwesan, dan kenyamanan (Tofani, 2011).

- Mempunyai maksud tertentu dan berorientasi ke tempat tujuan, lebih bersifat langsung. Pemakai mengharapkan bahwa perjalanan dalam sistem ini akan lebih singkat dan cepat dengan jarak seminimal mungkin.
- Bersifat rekreasi dengan waktu tidak menjadi batasan. Kenyamanan dan kenikmatan lebih diutamakan.

Ada beberapa hal yang menjadi bahan pertimbangan dalam merancang suatu sistem sirkulasi pada bangunan yaitu (Tofani, 2011):

1. Aspek-aspek estetis yang dapat menimbulkan aspek emosional.
2. Perencanaan yang lebih baik pada tingkat keamanannya.
3. Kesan estetis pertama yang diperoleh pada daerah sirkulasi banyak berpengaruh terhadap bangunan secara keseluruhan.
4. Pencapaian ke dalam menyebabkan penerimaan bangunan secara keseluruhan akan menarik, menyenangkan dan mengejutkan.
5. Pola sirkulasi yang tidak efisien tidak hanya mempertimbangkan ukuran, ruang, skala monumental, terbuka, dan indah secara visual. tetapi pola sirkulasi harus jelas tanpa penambahan tanda-tanda pengarah orang berjalan.



6. Pencapaian ke dalam *hall* yang luas dan menarik dengan melalui sebuah pintu yang tinggi kemudian ke dalam koridor selasar yang bagus akan mengakibatkan nilai bangunan secara keseluruhan menjadi menarik, menyenangkan, dan mengejutkan.

## 2.5 Futuristik

Mempunyai arti yang bersifat mengarah atau menuju masa depan. Citra futuristik pada bangunan berarti citra yang mengesankan bahwa bangunan itu berorientasi ke masa depan atau citra bahwa bangunan itu selalu mengikuti perkembangan jaman. Fleksibilitas dan kapabilitas bangunan adalah salah satu aspek futuristik bangunan. Fleksibilitas dan kapabilitas sendiri adalah kemampuan bangunan untuk melayani dan mengikuti perkembangan tuntutan dan persyaratan pada bangunan itu sendiri. Sedangkan kemampuan untuk melayani dan mengikuti perkembangan jaman hanya bisa diwujudkan atau diimplementasikan dalam penampilan dan ungkapan fisik bangunan.

Futuristik sebagai *core values* atau nilai-nilai dasar BMW mengandung nilai-nilai, yaitu:

1. Dinamis
2. Estetis
3. Inovatif

Terutama dari segi teknologi yang dipakai (dinamis, canggih, dan ramah lingkungan) dengan mengadopsi bentuk-bentuk bebas yang tidak terikat oleh bentuk-bentuk tertentu. Dalam futuristik juga perlu dipikirkan mengenai estimasi atau perkiraan Pengenalan akan bangunan futuristik dapat dilakukan dengan pendekatan. Pendekatan sesuai dengan perkembangan kebutuhan manusia. Salah satu cara untuk memprediksi tentang arsitektur masa depan adalah dengan mengikuti perkembangan arsitektur berteknologi tinggi yang berkembang setelah tahun 1960-an dengan ciri-ciri:

- Kebenaran struktur.
- Bentuk bebas cenderung ke bentuk yang berhubungan dengan alam.

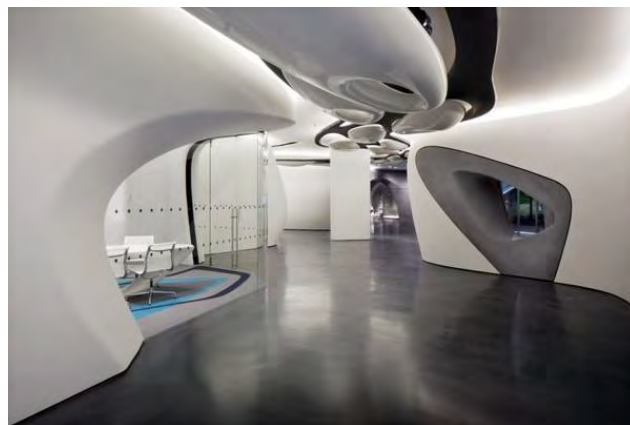


Futuristik merupakan *trend fashion* yang berarti *trend* masa depan. Namun *trend fashion* futuristik sudah menjadi suatu *style* yang baru dan memberikan pengaruh pada setiap rancangan yang ada. Saat ini *fashion futuristic style* diibaratkan seperti suatu yang lebih dari sebuah desain modern. Desain *futuristic style* dapat terjadi dengan adanya permainan pola pola geometris. Memainkan komposisi dari bentuk-bentuk geometri menjadi suatu komposisi yang dapat terlihat beda dari desain-desain saat ini.

Futuristik mempunyai arti yang bersifat mengarah atau menuju ke masa depan. Futuristik pada bangunan berarti mengesankan bahwa bangunan itu berorientasi ke masa depan atau bangunan itu selalu mengikuti perkembangan jaman yang ditunjukkan melalui ekspresi bangunan.

Gaya interior futuristik, tidak harus tampil kaku, dingin dengan garis-garis lurus dan tegas. Gaya ini juga dapat pula menerapkan dasar rancangan melalui bentuk geometris, seperti bentuk lengkung, lingkaran, dan bentuk lainnya yang asimetris serta desain yang unik, simpel, dan berorientasi pada masa depan. Bentuk seperti ini akhirnya menjadi bagian dalam desain futuristik.

Fleksibilitas dan kapabilitas bangunan adalah salah satu aspek futuristik. Fleksibilitas dan kapabilitas sendiri adalah kemampuan bangunan untuk melayani dan mengikuti perkembangan tuntutan dan persyaratan pada interior itu sendiri.



Gambar 2.12  
Desain Futuristik  
Sumber : <http://www.360doc.com/>



### 2.5.1 Implementasi Pembentuk Ruang Futuristik

#### 1. Dinding

Konsep dinding menggunakan beberapa pengolahan ;

- Pengolahan pertama, dinding menggunakan plester semen lalu dilakukan proses *finishing* dengan menggunakan *wall paint* dengan warna dan jenis yang bervariasi sesuai dengan kebutuhan dan keinginan.
- Pengolahan yang kedua, yaitu dinding menggunakan treatment berbahan *acrylic* yang juga berfungsi sebagai pencahayaan ruang. Dan *gypsum board* yang difinish dengan *hpl* berwarna putih dan juga berfungsi sebagai pencahayaan ruang karena adanya aplikasi lampu *electroluminescent wire* pada dinding.
- pengolahan pada dinding ruang pagelaran *fashion show* yang memerlukan penanganan tata suara khusus menggunakan sistem dinding *doubel* dan *wall covering* dengan pengaplikasian *glass woll* sebelum proses plester semen dan finishing dengan menggunakan *foam rubber* yang dilapisi lagi dengan kain jenis *suede*. Sehingga mampu meredam suara dengan baik.

#### 2. Konsep Material

Untuk dapat mendukung tema desain yang bersifat futuristik maka material utama yang digunakan dalam perancangannya adalah pemilihan material yang mencirikan masa depan (*future*), antara lain material-material yang dihasilkan melalui hasil proses industri. Seperti penggunaan material *stainless steel*, *clear glass*, *finishing kayu duco*, *finishing kayu laquer*, *acrylic*, *finishing HPL*, dan *stone granit*. Memadukan material-material ini pada material dinding, *ceiling*, dan lantai. Material lainnya yang digunakan adalah material yang memiliki sifat penyerap suara atau yang bersifat *absorbent* yang jauh lebih baik seperti penggunaan material lapisan karpet, karet padat, foam dan *burgess steel*. Material-material ini akan diaplikasikan pada ruangan pagelaran *fashion show* dan ruangan yang memerlukan penanganan tata suara khusus lainnya dan dipadukan dengan material yang bersifat *reflector*.



### 3. Konsep Warna

Pengaplikasian warna pada elemen pembentuk ruang interior menggunakan warna-warna netral sebagai analogi dari dunia teknologi, selain itu penggunaan warna–warna ini sama seperti sifat dari *fashion* itu sendiri yaitu selalu berkembang dan berubah–ubah. aplikasi warna putih dengan aplikasi warna dengan intensitas penuh sebagai aksen ruang. Penggunaan warna putih sebagai warna dasar dari konsep warna bertujuan untuk membuat sebuah objek menjadi lebih cerah, lapang, dan luas. Warna putih merupakan warna netral yang cocok diaplikasikan dengan warna apapun.

Menggunakan skema warna analogus pada perancangan *fashion center* ini yaitu menggunakan pemilihan warna yang berdekatan pada lingkaran warna. Pemilihan warna biru–ungu untuk menggenapi konsep skema warna ini. Dengan skema warna ini memunculkan sifat warna yang selaras dan tidak membosankan, warna yang selaras adalah warna–warna yang seiringan dan pada lingkaran warna terletak berdekatan. Pemilihan warna netral dan tidak dekoratif pada perancangannya bertujuan untuk secara tidak langsung menjadi latar dari sebuah *fashion* yang ingin ditampilkan pada *fashion center* ini. mengaplikasikan warna netral dengan aksen warna analogus dari biru–ungu dengan tujuan agar segala hal yang ditunjukkan akan terlihat lebih menarik. Pemilihan konsep warna ini juga berdasarkan pendapat atau teori yang dikembangkan oleh pakar warna Sulasmi Darmaprawira W.A .



Gambar 2.13  
warna

sumber: [trempe-rose.blogspot.com](http://trempe-rose.blogspot.com)

#### 4. Konsep Furnitur

Konsep furnitur yang digunakan pada proyek ini mengacu pada konsep futuristik yang sudah dipilih, tidak harus tampil kaku, dingin dengan garis-garis lurus dan tegas. Gaya ini juga dapat pula menerapkan dasar rancangan melalui bentuk geometris, seperti bentuk lengkung, lingkaran, dan bentuk lainnya yang asimetris serta desain yang *simple* dan berorientasi pada masa depan (<http://elib.unikom.ac.id>)

##### 2.5.2 Contoh Desain Interior Futuristik



Gambar 2.14  
Contoh Desain Futuristik  
Sumber : [designboom.com](http://designboom.com)





Dirancang oleh arsitek Italia, Simone Micheli, rumah ini dikelilingi oleh vila-vila bergaya Renaissance di lereng bukit Settignano, Florence. Keindahan interior futuristiknya tersembunyi di balik fasad abad-20.

Interior futuristik itu terdiri dari beberapa cermin pantul yang “menangkap” dunia luar, lalu menciptakan bentrokan estetika antara alam sekitar dan modernisasi di dalam ruangan. Kreasi tersebut tercipta sebagai proyek penyatuan dua apartemen kecil dengan karakteristik yang sangat berbeda.

Untuk membuat suasana cerah lewat desain kontemporer ini, Simone menggabungkan ruang tamu terbuka, ruang makan, dan dapur. Ia menjadikan pintu sebagai fitur menarik dari kayu yang disandingkan dengan baja, sedangkan sisi lainnya dihiasi dengan panel-panel cermin pantul.

Sehingga kini ruangan Anda akan terlihat lebih terang dan tentu saja menjadi hemat energi. *(Dewa Made Agasbrama, 15 Mei 2014)*

## **2.6 Unsur Pembentuk Ruang**

### **2.6.1 Lantai**

Selain berfungsi sebagai penutup ruang bagian bawah, lantai berfungsi sebagai pendukung beban dan benda-benda yang ada di atasnya seperti perabot, manusia sebagai civitas ruang, dengan demikian dituntut agar selalu memikul beban mati atau beban hidup berlalu lalang di atasnya serta hal-hal lain yang ditumpahkan di atasnya (Mangunwijaya, 1980:329). Dalam kelangsungan kegiatan, pemilihan jenis pelapis lantai akan ditinjau dari macam atau jenis kegiatannya, dan pada umumnya dikenal beberapa klasifikasi dari penyelesaian lantai seperti berikut: untuk lantai keras sifat pemakaian lebih baik dan banyak menguntungkan, karena pembersihan yang mudah. Sedangkan lantai yang jenisnya medium lebih bersifat hati-hati. Syarat-syarat bentuk lantai antara lain:

- (1) Kuat, lantai harus dapat menahan beban,
- (2), Mudah dibersihkan,
- (3) Fungsi utama lantai adalah sebagai penutup ruang bagian bawah. lainnya adalah untuk mendukung beban-beban yang ada di dalam ruang. (Ching, 1996).



### 2.6.2 Dinding

Dinding; dinding bangunan dari segi fisika bangunan memiliki fungsi antara lain\:

1. Fungsi pemikul beban di atasnya, dinding harus kuat bertahan terhadap 3 kekuatan pokok yaitu tekanan horisontal, tekanan vertikal, beban vertikal dan daya tekuk akibat beban vertikal tersebut.
2. Fungsi pembatas ruangan, pembatasan menyangkut penglihatan, sehingga manusia terlindung dari pandangan langsung, biasanya berhubungan dengan kepentingan– kepentingan pribadi atau khusus. (Mangunwijaya, 1980:339)

Warna dinding juga berpengaruh pada kesan ruang, warna-warna yang mengkilat lebih banyak memantulkan sinar sebaliknya warna buram kurang memantulkan sinar. Warnawarna yang terang memberikan kesan ringan dan luas pada suatu ruang, sedangkan warna gelap memberikan kesan berat dan sempit (Suptandar, 1982:46). Selain warna, dinding juga merupakan bidang yang secara leluasa dapat dihias sesuai dengan selera. Cara menghias dinding menurut Pamuji Suptandar (1985:30);

1. Membuat motif-motif dekorsi dengan digambar, dicat, dicetak, diaplikasikan dan dilukis secara langsung di dinding.
2. Dinding ditutup atau dilapisi dengan bahan yang ornamentik atau dengan memasang hiasan-hiasan yang ditempel pada dinding.

### 2.6.3 Jendela

Jendela adalah salah satu bukaan yang berfungsi sebagai penghubung ruang dalam (interior) dan ruang luar (eksterior) maupun sebagai tempat keluar masuknya udara dan cahaya. (Suptandar, 1982:61). Untuk luas ventilasi dapur menurut Drs. Bagus Putu Sigiarta (1995:19-20), luas ventilasi termasuk jendela  $\pm 40\%$  dari luas dinding dapur, jalur sirkulasi udara yang baik dan ditutup dengan kawat pencegah serangga agar tidak dapat masuk ke dalam dapur.

### 2.6.4 Plafond

Pengertian istilah *ceiling*/langit-langit/*plafond*, berasal dari kata “*ceiling*”, yang berarti melindungi dengan suatu bidang penyekat sehingga terbentuk suatu ruang. Secara umum dapat dikatakan: *ceiling* adalah sebuah



bidang (permukaan) yang terletak di atas garis pandang normal manusia, berfungsi sebagai pelindung (penutup) lantai atau atap dan sekaligus sebagai pembentuk ruang dengan bidang yang ada dibawahnya. Fungsi *ceiling* memiliki berbagai kegunaan yang lebih besar dibandingkan dengan unsur-unsur pembentuk ruang (*space*) yang lain (seperti dinding atau lantai). antara lain:

1. Pelindung kegiatan manusia, dengan bentuknya yang palig sederhana, ceiling sekaligus berfungsi sebagai atap.
2. Sebagai pembentuk ruang, *ceiling* bersama-sama dengan dinding dan lantai membentuk suatu ruang dalam.
3. Sebagai *skylight*, di sini *ceiling* berfungsi untuk meneruskan cahaya alamiah kedalam bangunan. Banyak digunakan pada plaza-plaza, *gallery*, sebagai penunjuk sirkulasi menuju ke suatu tempat; atau pada *hall* suatu gedung. Pada dasarnya tempat-tempat tersebut disediakan untuk membuat suasana, memberikan perasaan lega dan lapang dan sebagai area transisi (peralihan) dari arah luar menuju ke dalam bangunan.
4. Untuk menonjolkan konstruksi pada gedung-gedung untuk dekorasi, ceiling mampu mencerminkan struktur yang mendukung beban-beban.
5. Merupakan ruang atau rongga untuk pelindung berbagai instalasi, docting AC, kabel listrik, gantungan armature, *loudspeaker* dan lain-lain. Di balik ceiling perlu ada rongga guna kperluan pengontrolan-pengontrolan jika terjadi kerusakan pada instalasi-instalasi.
6. Sebagai bidang penempelan titik-titik lampu.
7. Sebagai penunjang unsur dekorasi ruang dalam, terutama pada bangunan-bangunan umum: restaurant, *hall/ lobby* hotel dan lain-lain.
8. Bentuk ceiling dalam suatu bangunan dapat memperlihatkan sifat/kesan ruang tertentu, dengan membuat ketinggian atau garis-garis (material) serta struktur kesemuanya akan dinikmati langsung oleh penghuni yang berada dibawahnya.



Perbedaan tinggi dan bentuk ceiling dapat menunjukkan perbedaan visual atau *zone-zone* dari ruang yang lebih luas, dan orang dapat merasakan adanya perbedaan aktivitas dalam ruang tersebut.

#### 2.6.5 Dekorasi

Dekorasi juga sangat berperan penting dalam sebuah perancangan ataupun sebuah redesain. Karena tanpa hal ini suatu rancangan akan terasa kurang menarik atau menambah estetis dari suatu ruangan. Unsur-unsur dekorasi meliputi pengertian tentang teori estetika: warna, proporsi, tekstur, keseimbangan dan lainlain dalam bentuknya yang nyata yaitu perabot tambahan, lukisan, pot bunga, benda antik, dan lain-lain. (Pamudji Suptandar, 1995:99).

#### 2.7 Penghawaan

Penghawaan ada dua jenis yaitu bersumber dari alam dan penghawaan buatan. Penghawaan merupakan sistem pembauran udara dalam ruang dengan pengaturan yang sebaik-baiknya mencapai tujuan kesehatan dan kenyamanan dalam ruang (Suptandar, 1982:150) Ernst Neufert (1994:16) mengatakan bahwa, suhu ruangan yang dibutuhkan untuk ruangan yang nyaman sangat tergantung pada jenis kegiatan dan jenis pakaian yang dikenakan. Juga tergantung pada pergerakan udara dan hembusan udara tersebut biasanya untuk tempat dengan iklim tidak begitu masalah.

##### 1. Sistem Penghawaan Alami

merupakan sistem panas dalam ruangan berasal dari sinar matahari yang masuk melalui celah dinding,jendela,lubang terutama dari bahan kaca. Untuk membatasi jumlah panas dari cahaya yang menembus kaca sebaiknya digunakan kaca yang disebut *reflection glass*, atau menggunakan alat-alat peneduh.

##### 2. Sistem Penghawaan Buatan

merupakan sistem pengkondisian udara dalam ruang yang menggunakan alat listrik, misalnya AC, exhaust fan, kipas angin, dan lain-lain.Unsur-unsur udara dapat diatur oleh AC antara lain yaitu kecepatan aliran udara,penggantian dan pembersihan udara, pengaturan temperatur, pengaturan kelembaban, dan pengaturan distribusi aliran



udara yang diinginkan. Untuk mendapat sistem pengkondisian udara yang sejuk, bersih, dan nyaman ada beberapa parameter yang dapat digunakan sebagai acuan antara lain :

- Temperatur radiasi rata-rata konstan.
- Kecepatan aliran udara yang diinginkan.
- Kebersihan udara dari polusi.
- Partikel udara yang menimbulkan bau.
- Kualitas ventilasi.
- Tingkat kebisingan yang ditimbulkan oleh suara dari luar.
- Temperatur bola kering dan basah dari udara.
- Segi-segi ekonomis dalam harga dan perawatan.
- Pertimbangan estetis dari bentuk AC itu sendiri.

## **2.8 Pencahayaan**

Pencahayaan merupakan salah satu faktor pendukung pada interior untuk mendapatkan suasana yang nyaman bagi pengguna. Pencahayaan yang baik memungkinkan orang dapat melihat objek-objek yang dikerjakannya secara jelas dan cepat. Menurut sumbernya, pencahayaan dapat dibagi menjadi dua, yaitu pencahayaan alami dan pencahayaan buatan.

### **2.8.1 Pencahayaan Alami**

Pencahayaan alami adalah sumber pencahayaan yang berasal dari sinar matahari. Sinar alami mempunyai banyak keuntungan, selain menghemat energi listrik juga dapat membunuh kuman. Untuk mendapatkan pencahayaan alami pada suatu ruang diperlukan jendela-jendela yang besar ataupun dinding kaca sekurang-kurangnya  $\frac{1}{6}$  daripada luas lantai.

Sumber pencahayaan alami kadang dirasa kurang efektif dibanding dengan penggunaan pencahayaan buatan, selain karena intensitas cahaya yang tidak tetap, sumber alami menghasilkan panas terutama saat siang hari. Faktor-faktor yang perlu diperhatikan agar penggunaan sinar alami mendapat keuntungan, yaitu:

- Variasi intensitas cahaya matahari
- Distribusi dari terangnya cahaya
- Efek dari lokasi, pemantulan cahaya, jarak antar bangunan
- Letak geografis dan kegunaan bangunan gedung.



### 2.8.2 Pencahayaan Buatan

Pencahayaan buatan adalah pencahayaan yang dihasilkan oleh sumber cahaya selain cahaya alami. Pencahayaan buatan sangat diperlukan apabila posisi ruangan sulit dicapai oleh pencahayaan alami atau saat pencahayaan alami tidak mencukupi. Fungsi pokok pencahayaan buatan baik yang diterapkan secara tersendiri maupun yang dikombinasikan dengan pencahayaan alami adalah sebagai berikut:

1. Menciptakan lingkungan yang memungkinkan penghuni melihat secara detail serta terlaksananya tugas serta kegiatan visual secara mudah dan tepat
2. Memungkinkan penghuni berjalan dan bergerak secara mudah dan aman
3. Tidak menimbulkan pertambahan suhu udara yang berlebihan pada tempat kerja
4. Memberikan pencahayaan dengan intensitas yang tetap menyebar secara merata, tidak berkedip, tidak menyilaukan, dan tidak menimbulkan bayang-bayang.
5. Meningkatkan lingkungan visual yang nyaman dan meningkatkan prestasi.
6. Disamping hal-hal tersebut di atas, dalam perencanaan penggunaan pencahayaan untuk suatu lingkungan kerja maka perlu pula diperhatikan hal-hal berikut ini
  - Seberapa jauh pencahayaan buatan akan digunakan, baik untuk menunjang dan melengkapi pencahayaan alami.
  - Tingkat pencahayaan yang diinginkan, baik untuk pencahayaan tempat kerja yang memerlukan tugas visual tertentu atau hanya untuk pencahayaan umum
  - Distribusi dan variasi iluminasi yang diperlukan dalam keseluruhan interior, apakah menyebar atau tefokus pada satu arah
  - Arah cahaya, apakah ada maksud untuk menonjolkan bentuk dan kepribadian ruangan yang diterangi atau tidak
  - Warna yang akan dipergunakan dalam ruangan serta efek warna dari cahaya



- Derajat kesilauan obyek ataupun lingkungan yang ingin diterangi, apakah tinggi atau rendah.

#### **a) Sistem Pencahayaan Buatan**

Sistem pencahayaan buatan yang sering dipergunakan secara umum dapat dibedakan atas 3 macam yakni:

##### **1. Sistem Pencahayaan Merata**

Pada sistem ini iluminasi cahaya tersebar secara merata di seluruh ruangan. Sistem pencahayaan ini cocok untuk ruangan yang tidak dipergunakan untuk melakukan tugas visual khusus. Pada sistem ini sejumlah armatur ditempatkan secara teratur di seluruh langit-langit.

##### **2. Sistem Pencahayaan Terarah**

Pada sistem ini seluruh ruangan memperoleh pencahayaan dari salah satu arah tertentu. Sistem ini cocok untuk pameran atau penonjolan suatu objek karena akan tampak lebih jelas. Lebih dari itu, pencahayaan terarah yang menyoroti satu objek tersebut berperan sebagai sumber cahaya sekunder untuk ruangan sekitar, yakni melalui mekanisme pemantulan cahaya. Sistem ini dapat juga digabungkan dengan sistem pencahayaan merata karena bermanfaat mengurangi efek menjemukan yang mungkin ditimbulkan oleh pencahayaan merata.

##### **3. Sistem Pencahayaan Setempat**

Pada sistem ini cahaya dikonsentrasikan pada suatu objek tertentu misalnya tempat kerja yang memerlukan tugas visual. Sistem pencahayaan ini sangat bermanfaat untuk:

- Memperlancar tugas yang memerlukan visualisasi teliti
- Mengamati bentuk dan susunan benda yang memerlukan cahaya dari arah tertentu.
- Melengkapi pencahayaan umum yang terhalang mencapai ruangan khusus yang ingin diterangi.
- Membantu pekerja yang sudah tua atau telah berkurang daya penglihatannya.
- Menunjang tugas visual yang pada mulanya tidak direncanakan untuk ruangan tersebut.



## 2.9 Jenis Lampu pada Interior

### Contoh Penggunaan Jenis Lampu Interior

#### a) Lampu dinding : *wall lamps*

Lampu dinding biasa digunakan untuk tujuan menjadi hiasan dinding, atau memberi penerangan yang agak remang ketika malam tiba dan lampu lain dimatikan. Lampu dinding juga bisa digunakan untuk memperkuat sebuah area, misalnya area duduk. Bisa juga digunakan untuk memberi petunjuk arah, seperti pada lobi-lobi hotel.

#### b) Lampu lantai : *floor lamps*

Lampu lantai bisa digunakan untuk memberikan penerangan lebih, atau memperkuat keindahan sebuah desain interior. Jenis ini bisa digunakan untuk lampu baca di sebelah kursi baca atau sofa, bahkan menjadi penghias ruang tamu.

#### c) Lampu meja : *desk lamps*

Lampu meja banyak digunakan untuk kegiatan membaca atau kegiatan lain di meja, dan sebagian besar merupakan lampu untuk area meja saja. Lampu jenis ini sebaiknya bisa diatur dari segi kuantitas cahaya dan bisa diatur arah cahayanya sesuai kebutuhan.

#### d) Lampu langit-langit : *ceiling lamp*

Jenis lampu ini dipasang dibawah langit-langit dengan berbagai bentuk aksesoris yang bisa didapatkan di toko-toko lampu atau supermarket bahan bangunan dan peralatan rumah tangga. Jenis ini biasanya dipasang dengan tempat lampu yang berfungsi sebagai reflektor, dan banyak digunakan untuk perkantoran.

#### e) Lampu gantung : *pendant fixtures*

Lampu jenis ini paling banyak digunakan untuk rumah tinggal, karena kemudahan memasang jaringan kabel. Lampu gantung lantai dasar dengan langit-langit dari dak beton biasanya menggunakan lampu gantung. Lampu gantung juga biasa digunakan untuk ‘mengisi’ langit-langit yang cukup tinggi. misalnya di area *void*, tangga, dan sebagainya.





## 2.10 Eksisting

Objek yang digunakan dalam perancangan adalah *Showroom Toyota Auto2000 Pecindilan Surabaya*.

### 2.10.1 Identitas Perusahaan



*Gambar 2.15*  
*Tampak depan Objek*  
*Sumber : <http://www.id-toyota.com/>*

- **Showroom Cabang**  
Toyota Auto2000 Pecindilan Surabaya  
Jl. Pecindilan, Surabaya, Kota SBY, Jawa Timur 60273
- **Jumlah Karyawan**  
94 Orang
- **Jadwal Operasional**  
Senin - Jum'at : 08.00 - 20.00  
Sabtu : 08.00 - 17.00  
Minggu : 09.00 - 15.00



### 2.10.2 Gambaran Perusahaan



Gambar 2.16

Logo Toyota & Auto2000

Sumber : [icasdebela.blogspot.co.id](http://icasdebela.blogspot.co.id) dan [stoklogo.blogspot.co.id](http://stoklogo.blogspot.co.id)

### 2.10.3 Auto2000

AUTO2000 adalah jaringan jasa penjualan, perawatan, perbaikan dan penyediaan suku cadang Toyota yang berdiri sejak tahun 1975 dengan nama **Astra Motor Sales**, dan baru pada tahun 1989 berubah nama menjadi AUTO2000 dengan manajemen yang sudah ditangani sepenuhnya oleh **PT. Astra International Tbk.**

Saat ini AUTO2000 adalah *retailer* Toyota terbesar di Indonesia, yang menguasai sekitar 45% dari total penjualan Toyota. Dalam aktivitas bisnisnya, AUTO2000 berhubungan dengan **PT. Toyota Astra Motor** sebagai Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) Toyota, yang menjadikan AUTO2000 adalah salah satu *founder* dealer resmi Toyota.

AUTO2000 saat ini memiliki 96 outlet (terdiri dari 14 outlet V-hanya melayani jual beli kendaraan, 67 outlet VSP-melayani jual beli & service kendaraan, & 15 outlet VSPBP-melayani jual beli, service, perbaikan & pengecatan bodi kendaraan) yang tersebar di hampir seluruh Indonesia (kecuali Sulawesi, Maluku, Irian Jaya, Jambi, Riau, Bengkulu, Jawa Tengah dan D.I.Y). Di samping itu, AUTO2000 pun bekerjasama dengan 840 *partshop* yang tersebar di berbagai penjuru Indonesia, untuk menjamin keaslian suku cadang produk Toyota.



Ke depannya jumlah jaringan AUTO2000 pun akan terus bertambah seiring dengan pertumbuhan bisnis, serta untuk memenuhi kebutuhan seluruh pelanggan Toyota, serta memberi kemudahan bagi calon pembeli Toyota.

Sesuai dengan slogan-nya “**Urusan Toyota Jadi Mudah!**”, AUTO2000 senantiasa berupaya memberikan pelayanan yang terbaik bagi seluruh pelanggannya dalam membeli & memiliki kendaraan Toyota melalui :

- Kemudahan dalam mencari informasi tentang Toyota di AUTO2000 melalui *website*, *aplikasimobile*, & *call center* yang dapat diakses kapanpun & dimanapun.
- Kenyamanan bagi pelanggan dengan fasilitas outlet AUTO2000 yang *modern, warm, & pressure free*.
- Kemudahan & kenyamanan transaksi dengan layanan *one stop shopping service* AUTO2000 yang bekerjasama dengan berbagai *value chain*
- Kemudahan dalam mendapatkan kendaraan sesuai kesepakatan, tepat waktu, dan melampaui harapan pelanggan.
- Kemudahan mendapatkan jasa layanan *after sales service* terbaik selama kepemilikan kendaraan, dengan berbagai project penunjang yang inovatif seperti :
  - ***Toyota Home Service (THS)*** – kemudahan service secara fleksibel untuk menghargai kualitas waktu pelanggan
  - ***Express Maintenance*** – kehandalan serta kecepatan perawatan kendaraan & service berkala kurang dari 1 jam
  - ***Express Body & Paint*** – kehandalan perbaikan body kendaraan 3 panel dalam waktu 8 jam yang merupakan satu-satunya layanan yang sudah tersertifikasi oleh Toyota di wilayah Asia Tenggara
  - ***Booking Service*** – kemudahan pemesanan untuk memastikan pengerjaan perawatan kendaraan yang berkualitas
  - ***Maintenance Reminder System*** – layanan/jasa pengingat bagi pelanggan dalam melakukan pengecekan, perawatan, serta service berkala untuk memastikan kualitas kendaraan Toyota tetap prima.
- Serta berbagai produk inovatif lainnya yang akan senantiasa AUTO2000 hadirkan bagi pelanggan untuk merasakan “***Life is Easy***”.



#### 2.10.4 Visi dan Misi Visi AUTO2000

Menjadi *Dealer* Toyota Terbaik & Terhandal di Indonesia, Melalui Proses Bisnis Berkelas Dunia.

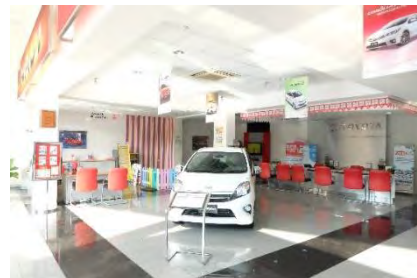
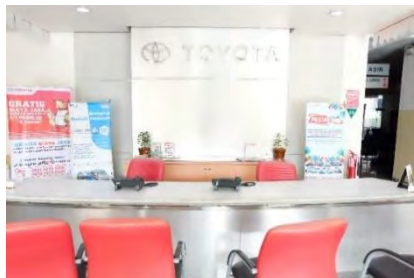
#### Misi AUTO2000

1. Melayani Pelanggan Melalui Pengalaman Kepemilikan yang Paling Memuaskan.
2. Menjadi *Share Contributor* Terbaik bagi Toyota di Seluruh Kota & Kabupaten.
3. Menciptakan Pertumbuhan yang Berkesinambungan Bagi Seluruh *Stakeholders*.
4. Senantiasa Berkomitmen untuk Menjalankan Bisnis sesuai Kaidah *Good Corporate Governance & Corporate Social Responsibility*.

#### 2.10.5 Interior Showroom Eksisting

Berikut foto dari suasana interior *Showroom* Toyota Auto2000 Pecindilan yang diambil dalam proses observasi. Foto diambil dalam kondisi *Showroom* tidak beroperasi.

##### a. Resepsionis



Gambar 2.17  
Area resepsionis

Sumber : Penulis (observasi eksisting)

Pada area konter penjualan terdapat 2 kursi untuk pegawai dan 6 kursi untuk pengunjung. Meja yang sediki melingkar digunakan agar memudahkan pegawai untuk melayani pengunjung yang di sediakan lebih banyak. Area ini merupakan wajah dari *Showroom* sebaiknya didesain lebih menarik sehingga dapat menjadi kesan pertama yang menarik untuk pengunjung saat datang ke *Showroom*.



## **b. Area Negosiasi**



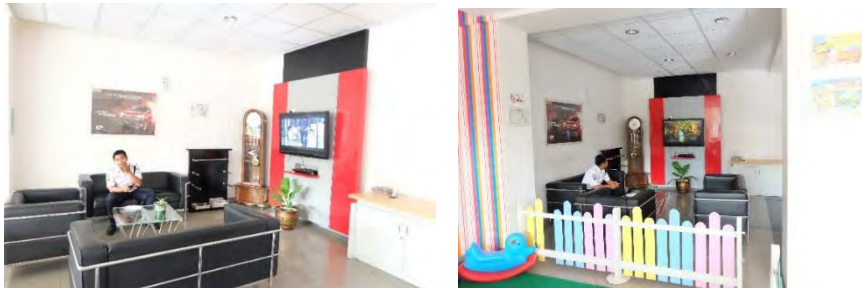
*Gambar 2.18*

*Area negosiasi*

*Sumber : Penulis (observasi eksisting)*

Pada area negosiasi dipusatkan menjadi satu area. Pada area ini terdapat 4 set untuk meja dan kursi, meja dengan bentukan melingkar sudah baik karena dapat memudahkan berkomunikasi antara pembeli dan penjual. Area negosiasi yang berkelompok dirasa sudah cukup baik agar terlihat rapih, akan tetapi area negosiasi yang cukup jauh dari kendaraan yang dibicarakan masih dapat dioptimalkan, untuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pengunjung.

## **c. Area Tunggu Showroom**



*Gambar 2.19*

*Area tunggu Showroom*

*Sumber : Penulis (observasi eksisting)*

Pada area tunggu *Showroom* berada disudut ruang. Diarea tunggu ini disediakan sofa, televisi, dan majalah untuk di baca. Penempatan area tunggu di sudut ruang masih dapat dioptimalkan, sebaiknya area tunggu ini berada ditengah ruang agar pandangan orang yang menunggu juga dapat melihat dengan baik ke arah mobil yang dipamerkan.

#### d. Area Display Mobil



Gambar 2.20

Area display

Sumber : Penulis (observasi eksisting)

Area pameran pada *Showroom* ini memarekan 3 unit kendaraan mobil. Penataan layout untuk kendaraan sudah cukup baik karena mobil dapat terlihat dengan baik. Akan tetapi keadaan interior ruang dan penataan *layout* lainnya dapat dimaksimalkan untuk mobil yang dipamerkan.

#### e. Area Tunggu Bengkel



Gambar 2.21

Area tunggu bengkel

Sumber : Penulis (observasi eksisting)

Untuk area tunggu bengkel yang disediakan dapat diperluas. Fasilitas yang disediakan pada area tunggu bengkel ini adalah televisi, majalah, dan area merokok. Untuk memberikan pelayanan yang lebih baik sebaiknya ditambahkan beberapa fasilitas yang dapat memenuhi semua segmentasi pengunjung yang ada seperti penambahan area bermain anak, kursi pija, dan *selfservice* untuk konsumsinya.

Area tunggu yang terlalu dekat dengan pelayanan dapat diimbangi dengan luasan yang optimal, baiknya digunakan penyekat antara ruang tunggu dan area pelayanan. Perlu adanya penataan *layout* kembali untuk





area pelayanan servis dan area tunggu sehingga sirkulasi menjadi lebih baik dan memberikan kenyamanan kepada pengunjung yang melakukan servis.

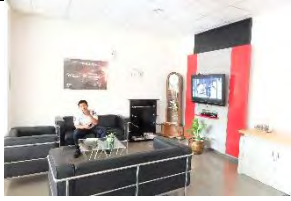

## 2.11 Studi Pemandangan

Untuk menemukan kelebihan dan kekurangan *showroom* Toyota Auto2000 maka dilakukan observasi terhadap *showroom* mobil lainnya yang dijadikan acuan untuk meningkatkan konsep desain terhadap *showroom* Toyota Auto2000. Untuk itu dilakukan perbandingan antara *showroom* Toyota Auto2000 dengan *showroom* Toyota Auto2000 dan *showroom* Toyota Auto Dealership . Berikut ini adalah hasil analisa dari perbandingan tersebut.

Tabel 2.2

No	Pemandangan	Toyota Auto2000	Toyota Auto dealership
1	Eksterior		
		Menggunakan fasad dominan kaca agar pencahayaan dapat masuk dengan baik kedalam showroom	Menampilkan desain fasad yang menarik dan menarik logo yang cukup besar
2	Interior		
		Area terlihat luas dengan penempatan display mobil yang sedikit yang didukung dengan area yang lebih luas	Pemanfaatan area yang luas dengan banyaknya display kendaraan
			



		Area self servis dapat ditingkatkan desainnya	Area self servis di desain dengan suasa seperti di rumah dan fasilitas lengkap
			
		Area tunggu sebaiknya diperluas	Area tunggu yang luas dan penggunaan karpet dan warna coklat memberikan kesan hangat dan nyaman
3	fasilitas	1.Showroom 2.Area tunggu showroom 3.Bengkel 4.Area tunggu bengkel 5.Toilet 6.Musolah 7.Kantor	1.Showroom 2.Area tunggu showroom 3.Bengkel 4.Area tunggu bengkel 5.Toilet 6.Area mercendais 7.kantor

*Sumber : Isra Nasharmalik Rusadi, 2016*

Didapat kesimpulan dari hasil tersebut bahwa showroom saat ini menjadi tujuan para konsumen pengguna toyota untuk melihat produk oleh kareana itu perlunya suasana yang mendukung untuk memberikan kenyamanan dan pelayanan yang terbaik kepada pengunjung untuk meningkatkan loyalitas terhadap Toyota.





*Halaman sengaja dikosongkan*

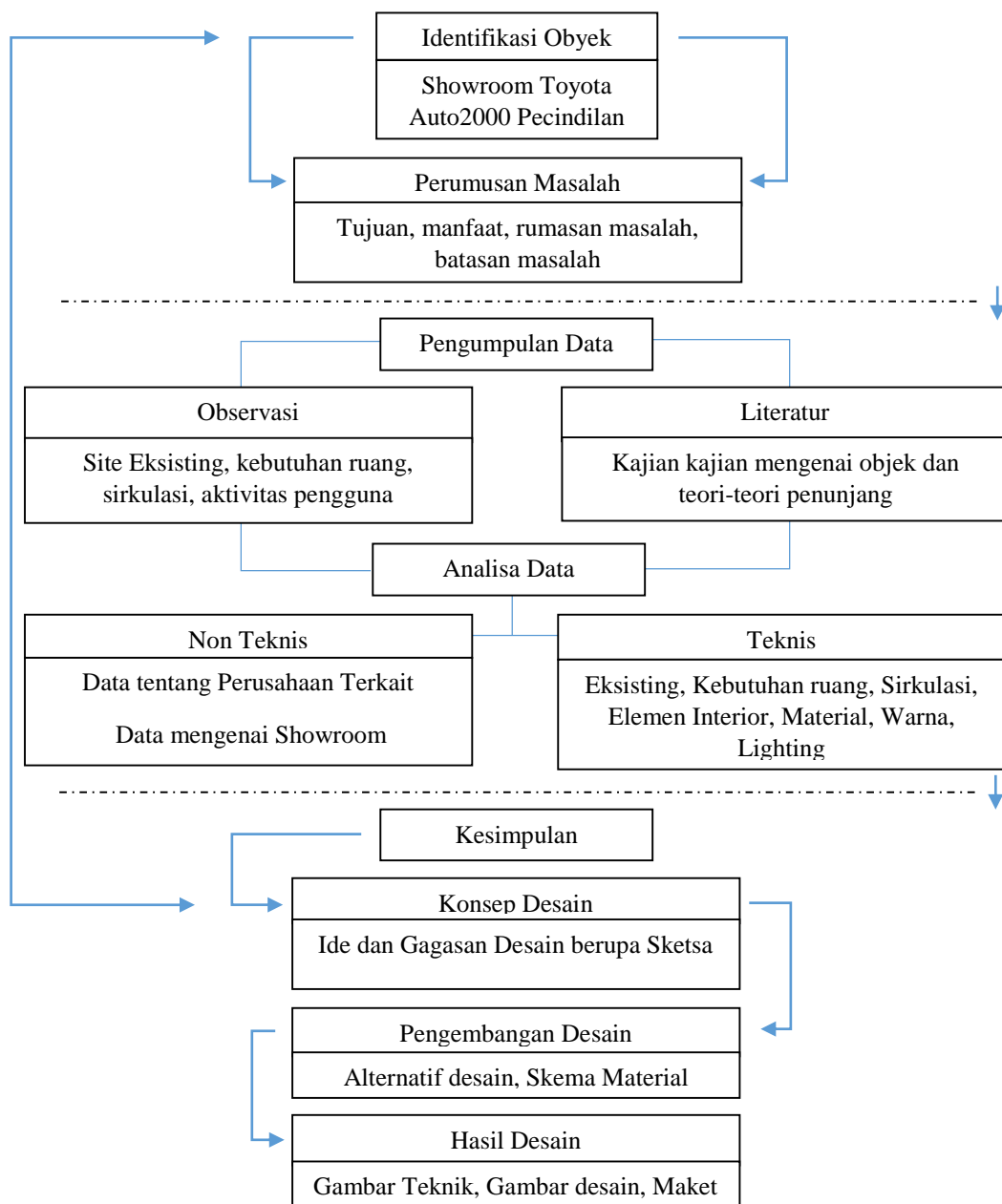


## BAB III

### METODOLOGI DESAIN

Penelitian adalah proses mempelajari, memahami, menganalisis, serta memecahkan masalah berdasarkan fenomena yang ada dan juga merupakan rangkaian proses yang panjang dan terkait secara sistematis. Agar penelitian berjalan dengan baik dan teratur maka diperlukan kerangka penelitian yang didalamnya berisi langkah-langkah dalam melakukan penelitian, dari tahap awal sampai hasil akhir.

#### 3.1 Diagram Alur Metodologi





### 3.2 Objek Penelitian

Merupakan tahap yang dilakukan dengan mengadakan survei pengamatan terhadap obyek kasus berdasarkan definisi serta latar belakang fungsionalitasnya untuk menentukan faktor-faktor yang terkait. Dari beberapa permasalahan yang didapatkan berdasarkan pengamatan dan survei terhadap pengguna akan ditentukan permasalahan yang relevan dengan menerapkan beberapa batasan.

Penelitian dilaksanakan di Toyota Auto2000 Pecindilan, Surabaya. Agar penelitian ini sesuai dengan apa yang diharapkan maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian *Showroom* Toyota Auto2000 pecindilan dan tidak mengambil bagian bengkel *Showroom*.

### 3.3 Metode Pencarian Data

Metode penulis yang digunakan pada proses perancangan ini adalah metode kualitatif, hal ini dilakukan karena perancangan ini berkaitan dengan objek yang lebih ditonjolkan sesuai fakta yang ada di lapangan baik dengan melakukan metode observasi dan kuesioner.

### 3.4 Data

#### 3.4.1 Data Primer

##### 1. Observasi

Melakukan tinjauan langsung kelapangan dan melakukan pengamatan mengenai kegiatan atau aktivitas primer dan aktivitas lain, fasilitas pendukung, serta sirkulasi baik orang maupun barang. Observasi dilakukan di *Showroom* Toyota Auto2000 Pecindilan Surabaya.

##### 2. Kuesioner

Kuesioner ini memberikan pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Responden dapat memberikan jawaban dengan memberi tanda pada beberapa jawaban yang telah disediakan, dan dengan menuliskan jawaban pada jawaban isi.



### 3.4.2 Data Sekunder

Berupa data literatur yang diperoleh dari berbagai sumber referensi teks baik yang bersifat teori kualitatif, perhitungan kuantitatif, dan spesifikasi teknis.

#### a. *Artifact Analysis*

*Artifact Analysis* merupakan suatu proses metode kualitatif yang dilakukan dengan cara menganalisa artefak yang sudah ada. *Artifact analysis* dilakukan untuk mendapatkan data-data sekunder yang diperlukan dalam perancangan ini. Hasil analisa artefak ini akan menjadi acuan evaluasi dalam perancangan ini. Dalam penelitian ini, artefak tersebut adalah buku-buku textbook mengenai *coorporate image* Toyota, standar *Showroom* dan bengkel, studi ergonomi, studi pencahayaan, dan warna.

#### b. Tinjauan data melalui internet

Pencarian data diperoleh dari Jurnal, buku peraturan, laporan penelitian, dan internet. Adapun data yang dicari adalah sebagai berikut:

1. Tinjauan mengenai Toyota Auto2000
2. Tinjauan mengenai *Showroom*
3. Tinjauan mengenai Sirkulasi
4. Tinjauan mengenai Dimensi Mobil
5. Tinjauan mengenai Futuristik

Data-data primer yang diperoleh di lapangan akan dibandingkan dengan data sekunder yang diperoleh dari literatur. Data-data tersebut kemudian dianalisa sehingga akan diperoleh kesimpulan yang menjadi dasar untuk menentukan konsep desain.

### 3.5 Analisa Data

Metode yang digunakan dalam pengolahan data adalah dengan cara menggunakan metode induktif, yaitu dengan cara mengumpulkan semua data yang ada kemudian dianalisis berdasarkan literatur dan kemudian diambil kesimpulannya.

Metode deduktif merupakan metode mengolah dan menganalisa data-data yang bersifat umum, kemudian menganalisa kembali data-data tersebut menjadi bersifat lebih khusus yang sesuai dengan judul perancangan.



Metode komparatif merupakan metode menggabungkan data untuk melakukan perbandingan data-data yang ada. Selanjutnya membentuk data-data tersebut sesuai judul desain desain. Metode yang digunakan dalam menganalisa data adalah sebagai berikut:

- Mengumpulkan data secara keseluruhan.
- Memilah berdasarkan tinjauan dan kepentingan desain.
- Menentukan fasilitas yang akan menjadi objek desain.
- Membandingkan dan menyesuaikan data terhadap judul desain.
- Menentukan data-data yang sesuai dengan proses desain desain interior.

Setelah data-data tersebut dikumpulkan dan dianalisa kemudian menganalisa kebutuhan elemen elemen desain interior yang berhubungan dengan judul perancangan. Berikut ini merupakan beberapa analisa yang akan ditinjau pada proses desain:

a. Analisa Warna

Menganalisa warna-warna yang sesuai dengan corporate image Toyota Auto2000 yang disesuaikan dengan konsep warna pada futuristik

b. Analisa Bentuk Interior

Analisa tentang bentuk interior yang sesuai dengan konsep futuristik.

c. Analisa Material

Analisa tentang material yang mendukung untuk konsep futuristik pada *Showroom*.

d. Analisa Aktivitas dan Kebutuhan Ruang

Analisa tentang kegiatan-kegiatan yang dilakukan user, dimana studi aktifitas dilakukan untuk mengetahui kebutuhan ruang, besaran ruang, sirkulasi ruang, hubungan antar ruang dan kebutuhan furniturnya.

Dalam tahap ini berisi hasil analisa data-data yang sudah dikumpulkan dan menghasilkan kesimpulan berupa gagasan baru dari permasalahan yang ada.



### **3.6 Tahapan Desain**

#### **3.6.1 Tahap Penentuan Konsep**

Dalam tahap ini berisi berbagai ide perancangan untuk mengatasi permasalahan-permasalahan yang ada (diketahui dari hasil analisa), dari berbagai ide itu dibuat beberapa alternatif hingga terpilih salah satunya sebagai ide/konsep desain terbaik yang selanjutnya akan dibawa ke tahap berikutnya yaitu aplikasi pada desain.

#### **3.6.2 Tahap Perancangan atau Desain**

Pada tahap ini berisi aplikasi dari konsep pada desain (bentuk, furnitur, warna, material, mekanikal elektrik dan elemen–elemen lainnya).

#### **3.6.3 Tahap Pengembangan Desain**

Merupakan tahap di mana data berupa konsep dan gagasan ide dikembangkan dan dieksplorasi sesuai kebutuhan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada serta dibuat beberapa alternatif desain yang akan dipilih sebagai hasil akhir.

#### **3.6.4 Desain Akhir**

Merupakan tahap akhir proses desain berupa desain akhir yang menghasilkan *output* berupa gambar teknik, RAB, animasi, gambar perspektif, maket, dan *prototype*.



*Halaman sengaja dikosongkan*



## BAB IV

### ANALISA DATA DAN KONSEP

#### 4.1 Data

Dalam melakukan riset desain dibutuhkan data-data yang valid untuk menunjang proses analisa. Data tersebut dibagi menjadi dua kategori yaitu data teknis dan non teknis. Data Teknis didapat dari literatur. Data non fisik didapat dari survey pada objek riset. Data non teknis terdiri dari hasil observasi lapangan, kuisisioner wawancara. Data-data yang sudah terkumpul nantinya akan di analisa dan diambil suatu kesimpulan yang nantinya akan mengarah pada penyusunan konsep riset desain.

Pada riset desain interior *Showroom* Toyota Auto2000, pengumpulan data non fisik dibagi menjadi dua tahapan, yaitu pengumpulan data observasi dan pengumpulan data kuisisioner. Sedangkan data-data yang dibutuhkan, variabel masalah, serta metode yang akan dilakukan untuk mendapatkan data tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 : Variabel dan metode

Permasalahan	metodologi		
	Observasi	Wawancara	Kuisisioner
Company Profile & layout eksisting	✓ Melakukan pengukuran langsung di lapangan	✓ Menanyakan struktur organisasi kepada pihak yang terkait	-
Standarisasi dealer Auto2000	✓ Melihat secara langsung desain yang sudah ada pada objek	✓ Bertanya kepada pihak objek tentang standarisasi desain dealer Auto2000	-





Standart Ergonomi dealer	✓ Melihat secara langsung dilapangan dan melihat standar ergonomi pada buku	✓ Bertanya kepada pihak objek segmentasi rata-rata pengunjung	-
Segmentasi Pengunjung	✓ Melihat secara langsung pengunjung yang datang ke dealer	✓ Bertanya kepada pihak objek segmentasi rata-rata pengunjung	✓ menyebarkan kuisisioner beberapa pengunjung untuk mencari kesimpulan
Aktifitas pengguna dealer	✓ Melihat secara langsung pengguna di lapangan	✓ Bertanya kepada objek aktivitas yang di lakukan tiap bagian-bagiannya	✓ Menyebarkan kuisisioner beberapa pengunjung untuk mencari hal apa yang dilakukan saat pergi ke dealer
Menciptakan desain interior dealer Auto2000 yang nyaman untuk pengunjung tanpa menghilangkan karakteristik	✓ Melihat standarisasi dealer Auto2000	-	✓ Menyebarkan kuisisioner beberapa pengunjung untuk mengetahui minat dan keinginan pengunjung pergi ke dealer
Memaksimalkan atau menambahkan fasilitas	-	-	✓ Menyebarkan kuisisioner beberapa pengunjung untuk



penjunang pada dealer			mengetahui tanggapan/saran pengunjung untuk fasilitas dealer
-----------------------	--	--	--

Sumber : Isra Nasharmalik Rusadi, 2016

#### 4.2 Analisa Observasi

Observasi dilakukan pada *Showroom* Toyota Auto2000 Pecindilian Surabaya. Berikut hasil analisa data yang diperoleh dalam proses observasi:

##### 1. Layout Siteplan



Gambar 4.1

Denah eksisting Toyota Auto2000 Pecindilian

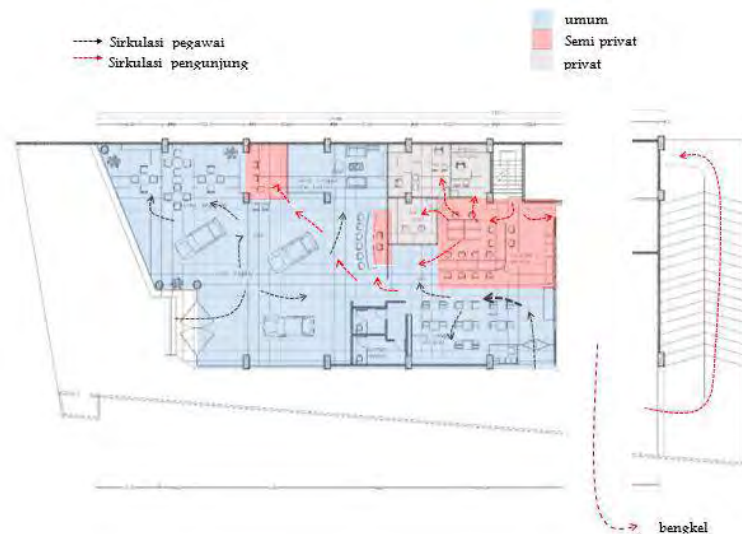
Sumber : Isra Nasharmalik Rusadi, 2016

Toyota Auto2000 ini memiliki fungsi yaitu *Showroom* sebagai tempat memamerkan unit kendaraan toyota dan bengkel untuk service berkala kendaraan toyota, bangunan ini ada 2 lantai untuk lantai 2 diperuntukan untuk bagian administrasi perusahaan dan lantai satunya untuk operasional *Showroom* dan bengkel.

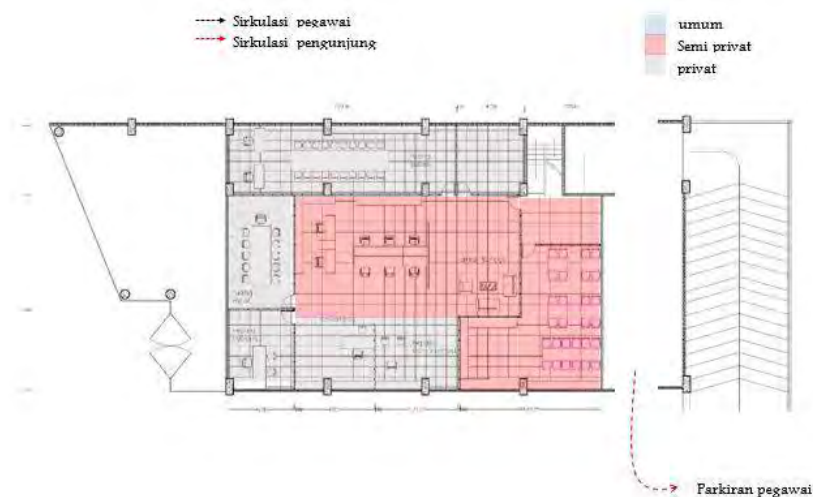
Dilihat dari layout yang sudah ada, kondisi bangunan yang tidak cukup besar tapi harus memenuhi fungsi dan fasilitas yang banyak untuk kepuasan pengunjung dan efesiensi kerja pegawai. maka perlu adanya penataan layout kembali agar dapat memaksimalkan kinerja pada *Showroom*.

##### 2. Sirkulasi

Analisa sirkulasi objek untuk mengetahui alur dari pegawai maupun pengunjung saat berada pada *Showroom*.



*Gambar 4.2*  
*Denah Lantai 1*  
*Sumber : Isra Nasharmalik Rusadi, 2016*



*Gambar 4.3*  
*Denah Lantai 2*  
*Sumber : Isra Nasharmalik Rusadi, 2016*

Dari hasil observasi tentang sirkulasi yang ada pada *Showroom*, dibagi menjadi 2 alur yaitu pegawai dan pengunjung. Pengunjung dibagi menjadi dua alur masuk yaitu pintu depan untuk melihat langsung pada area pameran dan samping untuk pengunjung yang ingin melakukan servis kendaraan sedangkan pegawai masuk dari lantai dua.



### 3. Aktivitas dan Kebutuhan Ruang

#### a. Studi aktivitas

Adalah metode menguraikan detail aktivitas di dalam *Showroom* dan area bengkel, baik oleh pengunjung maupun pegawai *Showroom* menggunakan tabel studi aktivitas.

Tabel 4.2 Studi Aktivitas

Area	aktivitas	
	Pegawai	pengunjung
Showroom	Duduk Melayani pengunjung Melakukan negosiasi	Melihat mobil Bertanya pada konter sales Melakukan negosiasi Duduk di area tunggu Bermain di area bermain
Bengkel	Duduk Melayani keluhan service Melayani kasir service mobil	Melihat mobil Duduk di ruang tunggu Main hp Fasilitas internet gratis Kursi pijat Merokok Baca majalah Nonton tv

Sumber : Isra Nasharmalik Rusadi, 2016

Tabel analisa aktivitas pengunjung dan pegawai yang nanti menjadi acuan untuk mengetahui kebutuhan ruang dan fasilitas apa saja yang dibutuhkan.

#### b. Kebutuhan Ruang

Analisis kebutuhan ruang adalah metode analisa akan kebutuhan furnitur, sirkulasi dan luasan dalam setiap ruangan:

Tabel 4.3 Kebutuhan ruang

No	Nama Area	Aktivitas		Furniture	Jumlah	Dimensi(cm)	Luas(m)	Rasio		Luas Ruang
		Pengunjung	Pegawai					Furnitur	Sirkulasi	
1	Area Display	Melihat Produk	Melayani Pengunjung	Mobil	3	485x185	89725	1	3	86,51
				Papan Informasi	3	50x50	2500			
2	Area Negosiasi	Negosiasi	Melayani Pengunjung	meja	4	80x80	6400	1	3	13,68
		Bertanya Produk		Kursi	16	50x50	2500			
		Melihat brosur								
3	Area Tunggu Showroom	Duduk		sofa	8	80x80	6400	1	3	21,84
		Main HP		Meja	3	120x60	7200			
		Nonton TV			1					
		Membaca								
4	Area bermain	Bermain		kursi	2	80x45	3600	1	3	5,04
				Layar	2	80x60	4800			
5	Konter Penjualan	Menanyakan produk	Melayani pengunjung	Meja konter	1	400x80	32000	1	3	2,46
				kursi	2	50x50	2500			



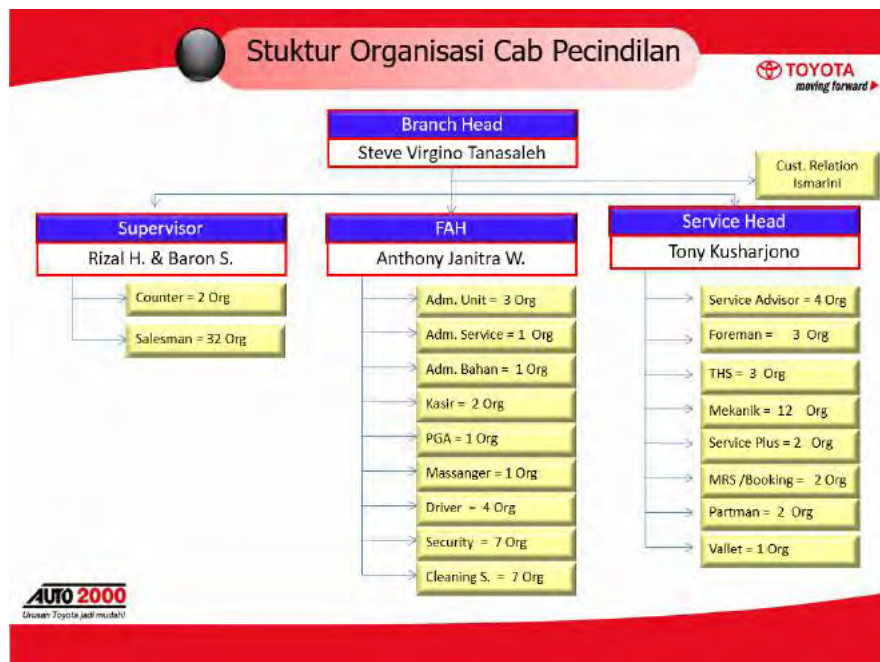
6	Layanan pelanggan	Bertanya produk	Melayani pelanggan	Meja	2	100x80	8000	1	3	6,30
			Menulis	Kursi	2	50x50	2500			
7	Kasir		Melayani Administrasi	Meja	2	12x60	720	1	3	4,93
				Kursi	2	50x50	2500			
				Lemari	2	100x50	5000			
8	Ruang Admin		Mencatat	Meja	2	120x60	7200	1	3	11,40
				Kursi	4	50x50	2500			
				Lemari	3	100x50 60x60	5000 3600			
9	Layanan Servis	Duduk	Duduk	Meja layanan	6	100x80	8000	1	3	32,22
		menulis	Menulis	Kursi layanan	16	50x50	2500			
				Meja admin	2	120x60	7200			
				Kursi admin	2	50x50	2500			
10	Area Tunggu Bengkel	Duduk		Meja bar	1	320x40	12800	1	3	46,20
		Main Hp		Sofa	2	240x60 150x60	14400			

Sumber : Isra Nasharmalik Rusadi, 2016

### 4.3 Analisa Wawancara

Wawancara dilakukan kepada kepala bengkel *Showroom* Toyota Auto2000 Pecindilan saat penulis melakukan observasi lapangan. Hasil dari wawancara yang dilakukan penulis untuk mengetahui struktur organisasi yang ada pada *Showroom*, rata-rata pengunjung yang datang dan standarisasi perusahaan yang ada.

- Struktur Organisasi



Gambar 4.9

Struktur Organisasi Toyota Auto2000 Pecindilan  
Sumber : Dokumentasi pribadi (observasi eksisting)

- *Showroom* Toyota Auto2000 Pecindilan  
*Showroom* Toyota Auto2000 Pecindilan adalah salah satu *Showroom* terkecil yang terdapat di Surabaya, akan tetapi *Showroom* ini merupakan memiliki catetan yang baik dalam proses penjualan unit kendaraannya.
- Standar perusahaan



Gambar 4.10  
*Buku Panduan Showroom Toyota*  
Sumber : Dokumentasi pribadi (observasi eksisting)

#### 4.4 Analisa Kuesioner

Rangkuman hasil analisa kuesioner berisi hasil analisa data yang didapat dari pertanyaan yang disebarakan kepada pengguna kendaraan Toyota. Hasil analisa akan dirangkum dan disimpulkan. Rangkuman tersebut menunjukkan temuan pada masalah, kekurangan, saran, maupun keinginan dari responden. Berikut adalah hasil analisa dari data yang telah didapatkan.

##### 1. Segmentasi Pengunjung

Dari hasil kuesioner yang diperoleh, sebagian besar pengunjung adalah laki-laki dengan usia 25–35 tahun yang mempunyai penghasilan menengah ke atas. Lebih banyak pengunjung yang berkeluarga dan membawa anaknya yang masih kecil. Hal tersebut diperoleh karena laki-laki mempunyai minat lebih dibanding perempuan dan pada usia yang terbilang muda, memiliki banyak aktifitas sehingga diperlukannya kendaraan untuk menunjang aktifitas yang dilakukan. Pada usia tersebut merupakan usia untuk sebuah keluarga muda yang baru mempunyai anak.

Lebih banyaknya eksekutif muda yang sedang aktif beraktifitas yang datang pada *Showroom*, maka diperlukan desain yang simpel dan efisien. Desain yang tidak memiliki banyak komponen dan memudahkan.



## **2. Aktivitas Pengunjung**

Dari hasil kuesioner yang diperoleh, pengunjung yang datang lebih banyak untuk melakukan servis kendaraan dibanding dengan keinginan untuk melihat kendaraan yang dipamerkan. Pengunjung yang datang pada *Showroom* ingin mengetahui informasi kendaraan yang dipamerkan karena mempunyai minat ingin membeli kendaraan.

Kurangnya pengunjung yang ingin datang pada *Showroom* namun banyak yang ingin melakukan servis, sebaiknya dibuat layout yang memungkinkan untuk pengunjung yang ingin melakukan servis berkeinginan juga untuk melihat ke area pameran kendaraan yang dijual. Pada area pameran *layout* dan desain yang menarik juga dibutuhkan agar unit mobil yang dipamerkan terlihat lebih menarik.

## **3. Fasilitas**

Dari hasil kuesioner yang diperoleh, sebagian besar pengunjung sudah puas dengan fasilitas yang disediakan di dalam *Showroom*. Akan tetapi ada sebagian kecil yang belum puas untuk fasilitas yang disediakan itu menandakan masih ada kekurangan fasilitas yang tersedia untuk memberikan kenyamanan kepada pengunjung.

Perlunya memikirkan fasilitas untuk semua segmentasi pengunjung yang datang pada *Showroom* untuk memberikan kenyamanan dan pelayanan terbaik kepada setiap pengunjung.

## **4. Kelebihan dan Kekurangan**

Dari data yang dikumpulkan merupakan isian dari responden mengenai kelebihan dan kekurangan sebuah *Showroom*. Disimpulkan bahwa kenyamanan ruang dan efisiensi kerja pegawai untuk melayani pengunjung sangat penting untuk kemajuan sebuah *Showroom*.

## **5. Desain yang Diminati Pengunjung**

Data yang diperoleh untuk mengetahui desain seperti apa yang diminati oleh responden, penulis memberikan beberapa contoh desain interior untuk menjadi kriteria yang akan ditampilkan pada perancangan objek.





*Gambar 4.11*  
*kriteria desain untuk objek*  
*Sumber : Dokumentasi Pribadi (gambar dari internet)*

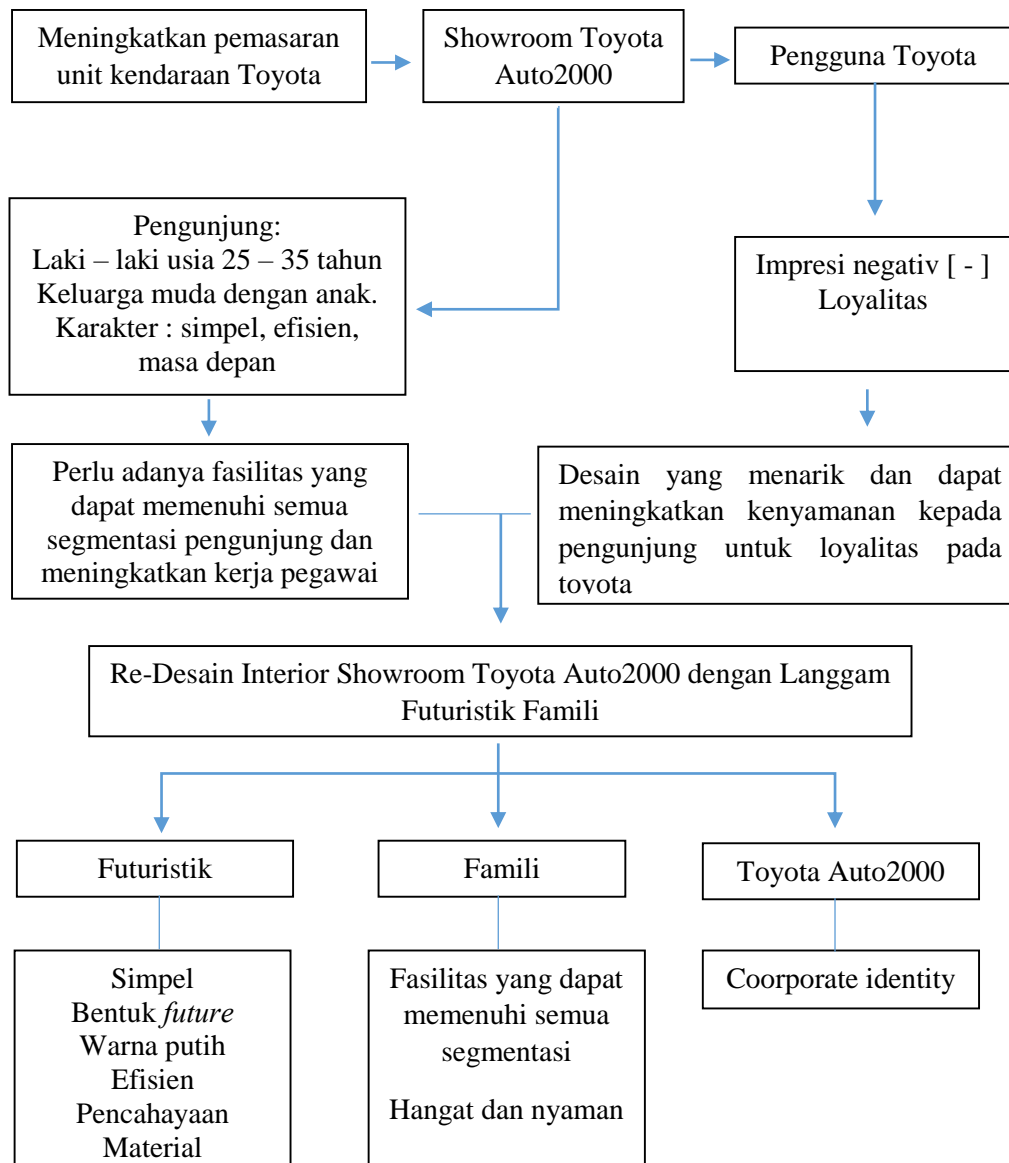
Contoh desain yang diberikan penulis kepada responden untuk mengetahui kriteria desain yang diinginkan semuanya dengan langgam futuristik. Dari data yang diperoleh responden banyak yang memilih kriteria desain pada nomor 3 dan 4. Dilihat dari gambar 3 dan 4 memiliki suasana interior yang memiliki gaya futuristik dengan tambahan kayu untuk menambahkan suasana hangat di dalam *Showroom*.





## 4.5 Konsep Desain

Bagan 4.1 Kerangka konsep



Sumber : Isra Nasharmalik Rusadi, 2016

Toyota Auto2000 Pecindilan adalah salah satu *Showroom* Toyota di Surabaya yang menyediakan tempat untuk pemasaran unit kendaraan toyota dan bengkel resmi Toyota untuk servis kendaraan. Pentingnya kepuasan pada pelanggan dan meningkatkan loyalitas terhadap toyota ini lah yang melahirkan konsep futuristik *family* untuk Toyota Auto2000 Pencindilan berdasarkan hasil dari analisa.

Karakter interior yang ingin dicapai pada desain interior *Showroom* Toyota Auto2000 Pecindilan adalah futuristik yang mencerminkan masa depan dan teknologi yang menjadi pendukung kendaraan yang terus berkembang. Penambahan konsep *family* dimana *family* dalam bahasa indonesia adalah keluarga dimana semua kebutuhan bisa terfasilitasi di dalamnya dan mendapatkan kesann nyaman dan hangat.

#### 4.6 Aplikasi Konsep

Berikut Pengaplikasian konsep yang diterapkan pada objek perancangan *Showroom* Toyota Auto2000 Pecindilan.

##### 4.6.1 Konsep Bentuk

Pengaplikasian bentuk pada *Showroom* Toyota Auto2000 Pecindilan mempunyai bentukan futuristik yang mempunyai karakter lengkung dan bentukan asimetris. Bentuk yang di ambil merupakan transformasi bentuk dari bentukan logo dari Toyota.



Gambar 4.12  
Pengaplikasian bentuk  
Sumber : Isra Nasharmalik Rusadi, 2016

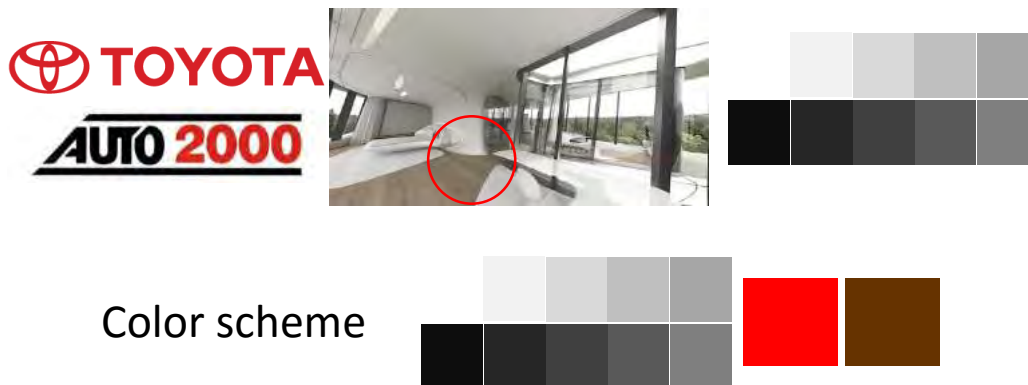
##### 4.6.2 Konsep Warna

Konsep warna yang digunakan pada perancangan menggunakan warna–warna dari *corporate image* dari logo Toyota dan Auto2000 untuk tetap mencerminkan karakteristik dari Toyota Auto2000. Penambahan warna futuristik yaitu warna–warna *monochrom* dari putih–abu–hitam yang menambahkan kesan futuristik.

Dari analisa data diketahui penambahan warna coklat dari kayu untuk menambahkan kesan hangat pada ruang. Kesan hangat itu sendiri juga



menjadi salah satu misi dari Auto2000 untuk memberikan kenyamanan dan kesan hangat kepada konsumen.



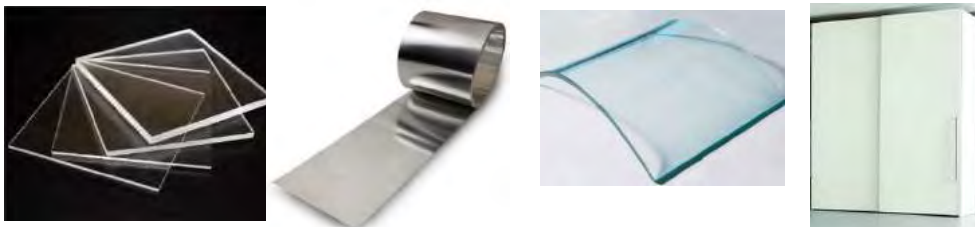
Color scheme

Gambar 4.13  
color scheme

Sumber : Isra Nasharmalik Rusadi, 2016

#### 4.6.3 Konsep Material

Untuk dapat mendukung tema desain yang bersifat futuristik, material-material utama yang digunakan adalah pemilihan material yang mencirikan masa depan, antara lain material-material yang dihasilkan melalui hasil proses industri seperti *stainless*, kaca, finishing kayu *duco* dan *acrylic*.



Gambar 4.14  
Material futuristik

Sumber : Isra Nasharmalik Rusadi, 2016 (gambar internet)

#### 4.6.4 Konsep Dinding

Pada umumnya *Showroom* menggunakan materail kaca pada bagian depan agar mobil yang dipamerkan dapat terlihat dengan baik dari luar. Dengan menggunakan material kaca, cahaya yang masuk kedalam *Showroom* dapat memberikan pencahayaan yang baik untuk memerkan unit kendaraan sehingga terlihat lebih jelas.



Gambar 4.15  
Contoh dinding kaca  
Sumber : polabaja.pantonpile.com/

Pada dinding dalam *Showroom* yang berupa dinding maupun partisi, menggunakan *finising* cat berwarna putih dan abu-abu. Untuk konsep meningkatkan kinerja pegawai agar lebih efisien, dinding partisi menggunakan pengaplikasian pintu kamuflase, yang berfungsi meningkatkan kinerja dari sirkulasi pegawai.



Gambar 4.16  
Pintu kamuflase  
Sumber : Pinterest.com

#### 4.6.5 Konsep Lantai

Membuat pola futuristik pada lantai dengan menggunakan warna putih dan abu-abu yang merupakan ciri dari langgam futuristik. Menggunakan

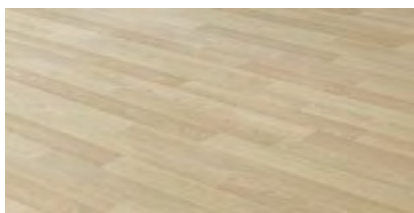


material keramik yang diberi *mat* sesuai dengan warna lantai. Pola tersebut dibuat serta difungsikan untuk memperlihatkan sirkulasi dan memudahkan penataan produk.

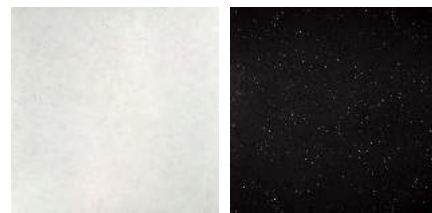


*Gambar 4.17*  
*contoh pola lantai*  
*Sumber : Pinterest.com*

Pada desain keseluruhan lantai akan menggunakan material *granite* dengan pertimbangan *durability* dan *maintenance* yang mudah. Warna keramik menggunakan warna putih dan abu-abu. Pada area tungguruang menggunakan parket kayu untuk nuansa ruang yang lebih nyaman dan hangat dengan warna coklat muda. Pada beberapa area negosiasi menggunakan material karpet untuk lantainya untuk menambah kesan lebih formal karena untuk proses negosiasi unit kendaraan.



*Gambar 4.18*  
*Material Parket*  
*Sumber : lantai-kayu.blogspot.co.id*



*Gambar 4.19*  
*lantai venus tiles quartz stone*  
*Sumber : Venustiles*

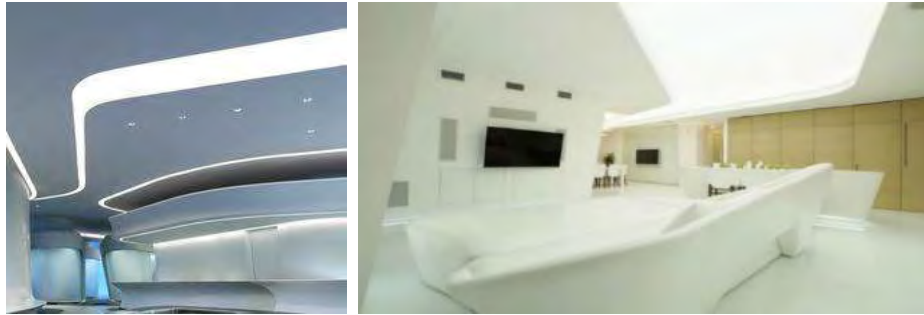


*Gambar 4.20*  
*Karpet office*  
*Sumber : naldzgraphics.net*



#### 4.6.6 Konsep Plafon

Melakukan permainan *leveling* pada plafon dengan *up-down ceiling* yang dibentuk dengan bentukan futuristik, kemudia membuat direct light yang di tutup dengan *acrylic* sehingga memberi kesan garis yang mengeluarkan cahaya.



Gambar 4.21  
Contoh plafon  
Sumber : Pinterest.com

#### 4.6.7 Konsep Furnitur

Menggunakan furnitur dengan bentukan *custom* yang mempunyai sudut lengkung dengan menggunakan material *stainless*, *acrylic*, dan *fabric* yang difinis dengan warna-warna futuristik. Dan menjadikan salah satu furnitur dengan warna yang berbeda sehingga menjadi pada ruang. Warna yang diambil adalah warna merah yang menjadi warna *corporate* Toyota.



Gambar 4.22  
Contoh furnitur  
Sumber : Pinterest.com





#### 4.6.8 Konsep Estetis

Melakukan perbedaan warna pada elemen dinding seperti lorong waktu pada alur yang menghubungkan *Showroom* dan bengkel. Lorong tersebut dapat menjadi daya tarik untuk melihat dari area tunggu bengkel menuju *Showroom* dan sebaliknya.



*Gambar 4.23*  
*Lorong penghubung*  
*Sumber : Pinterest.com*

Membuat pola futuristik yang timbul pada dinding atau partisi sebagai elemen estetis pada ruang. Dan menggunakan *hidden lamp* pada pola tersebut yang menambahkan kesan futuristik.



*Gambar 4.24*  
*contoh hiddenlamp pada estetika dinding*  
*Sumber : Pinterest.com*

## BAB V

### PROSES DAN HASIL DESAIN

#### 5.1 Alternatif Layout

Pada proses pembuatan layout, menggunakan tiga kriteria yang nantinya menjadi acuan untuk menemukan desain layout yang terbaik. Kriteria yang diambil adalah Futuristik, Sirkulasi, dan Fasilitas.

Tabel 5.1 Wiegth Method

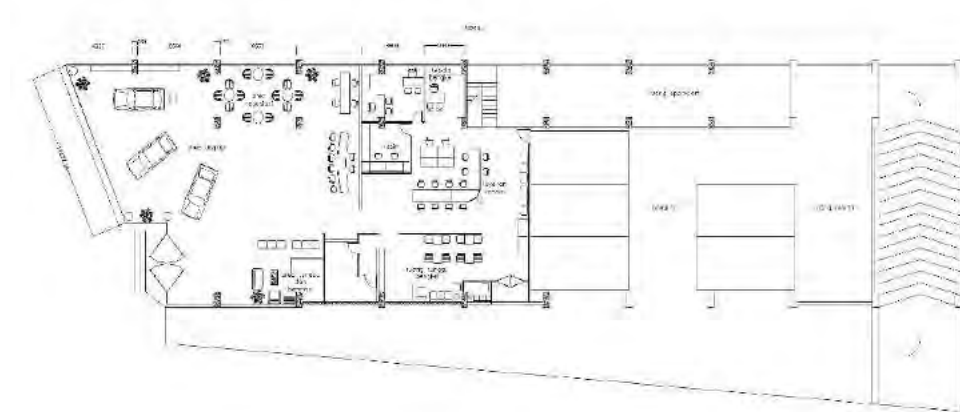
Kriteria/Tujuan	A	B	C	Hasil	Rank	Mark	Bobot Relatif
A. Futuristik	-	0	1	1	II	7	0,35
B. Sirkulasi	1	-	1	2	I	8	0,4
C. Fasilitas	1	0	-	1	III	5	0,25
Overall Value						20	1,0

Sumber :Isra Nasharmalik Rusadi, 2016

Dari tiga kriteria yang menjadi acuan dalam proses mendesain *layout*, Sirkulasi menjadi acuan yang paling penting dibanding dua kriteria lainnya dalam mendesain *layout Showroom*.

Dalam menentukan desain *layout* yang terbaik, dilakukan proses pembuatan untuk 3 alternatif yang nantinya akan dipilih dengan kriteria yang telah ditentukan. Berikut alternatif desain *layout* yang dibuat:

##### 1. Alternatif 1



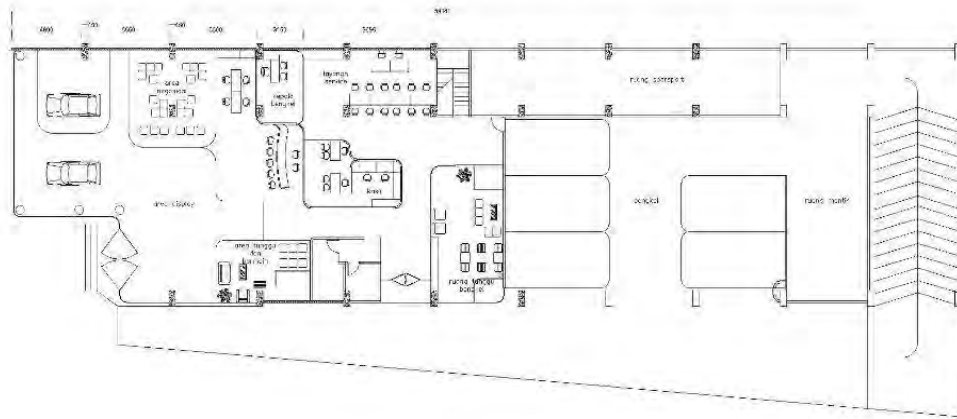
Gambar 5.1  
Alternatif 1

Sumber :Isra Nasharmalik Rusadi, 2016





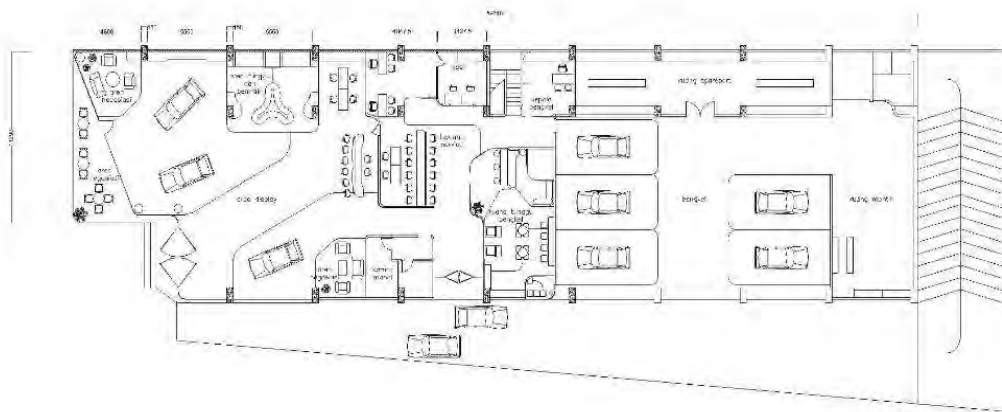
## 2. Alternatif 2



Gambar 5.2  
Layout Alternatif 2

Sumber : Isra Nasharmalik Rusadi, 2016

## 3. Alternatif 3



Gambar 5.3  
Layout Alternatif 3

Sumber : Isra Nasharmalik Rusadi, 2016

Tabel 5.2 Weight Method

Obejective	w	Parameter	Alternatif 1			Alternatif 2			Alternatif 3		
			M	S	V	M	S	V	M	S	V
Futuristik	0,35	Elemen Estetis	G	7	2,45	G	9	3,15	G	9	3,15
Sirkulasi	0,4	Efisien	G	7	2,8	G	8	3,2	G	8	3,2
Fasilitas	0,25	Segmentasi	G	7	1,75	G	7	1,75	G	8	2
OverAll Value					7			8,1			8,35

Sumber : Isra Nasharmalik Rusadi, 2016

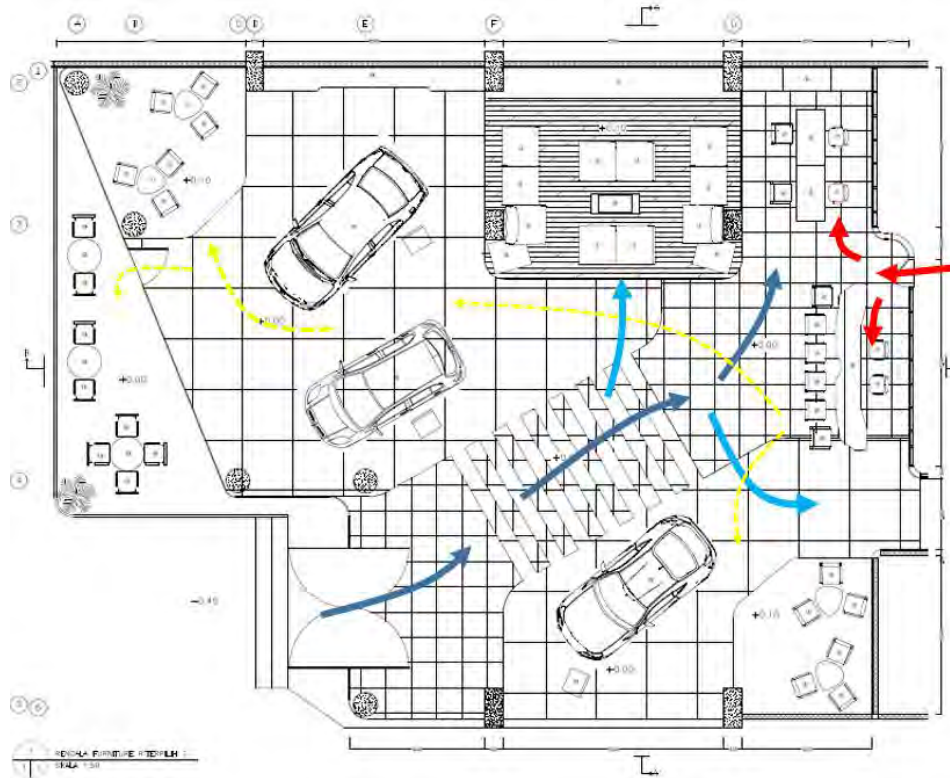
Berdasarkan tabel penelitian tersebut, dapat diketahui kriteria perbandingan alternatif *layout* yang lebih unggul. Keterangan penelitian

menyebutkan alternatif 3 mendapat nilai tertinggi dibanding dua alternatif lainnya.

## 5.2 Pengembangan Desain Pada *Layout* Terpilih

Dari hasil penelitian, diperoleh desain layout alternatif 3 merupakan desain yang paling baik dan memenuhi ketiga kriteria yang ada. Pengembangan desain yang sesuai dengan konsep yang telah didapat melalui proses analisa data yang kemudian akan di terapkan pada desain lain layout terpilih sebagai berikut:

### 1. Area *Showroom*

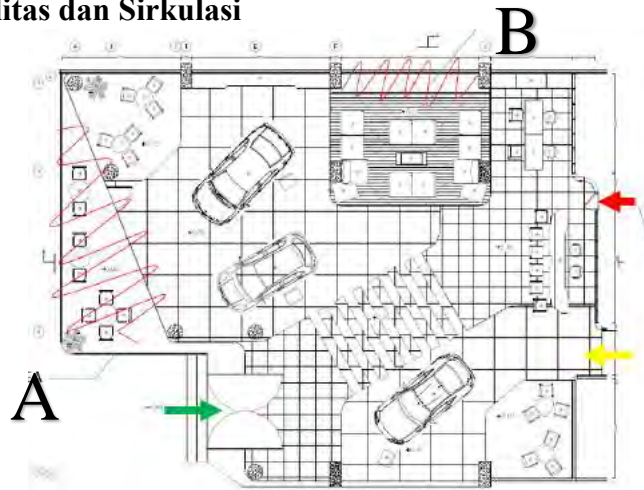


Gambar 5.4  
Denah area showroom  
Sumber : Isra Nasharmalik Rusadi, 2016

Area *Showroom* merupakan tempat pameran suatu produk di mana untuk showroom ini adalah unit mobil bermerek Toyota. *Showroom* ini memamerkan 3 unit mobil, memiliki 3 area negosiasi, 1 area tunggu, dan area bermain dalam bentuk simulator berkendara.



**a. Fasilitas dan Sirkulasi**



*Gambar 5.5*  
*gagasan ide fasilitas dan sirkulasi*  
*Sumber : Isra Nasharmalik Rusadi, 2016*

Sirkulasi menjadi kriteria utama dalam proses mendesain *Showroom*, panah berwarna hijau merupakan pengunjung yang datang dan ingin melihat langsung ke dalam *Showroom*. Panah merah merupakan alur sirkulasi khusus pegawai dan panah kuning alur pengunjung yang melakukan servis dan ingin melihat ke area *Showroom*.

- Panah A

Area *outdoor* salah satu fasilitas yang disediakan pada *Showroom* yang mempunyai kebiasaan merokok. Terdapat kursi untuk menunggu maupun untuk melakukan negosiasi secara santai sambil melakukan yang diinginkan pengunjung, seperti merokok.

- Panah B

Area bermain anak yang disediakan tidak seperti pada umumnya, pada *Showroom* ini untuk memperlihatkan teknologi dan meningkatkan nilai jual *Showroom*. Diletakkannya area bermain dengan pengoperasian simulator mobil. Penggunaan layar *dome* (layar yang melingkar) membuat kesan seperti berkendara secara langsung.



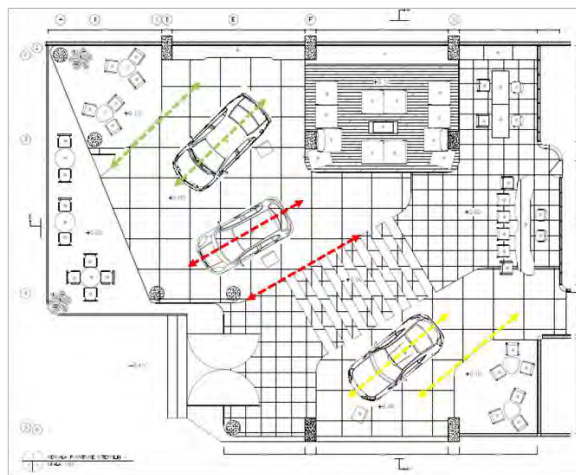
Gambar 5.6  
Simulator layar dome  
Sumber : otomotifnet.com

- Panah merah

Sirkulasi khusus pegawai yang difungsikan untuk mempercepat waktu pegawai yang ingin menuju ke arah *Showroom* tanpa harus melewati sirkulasi pengunjung yang diberi tanda panah kuning. Hal ini guna meningkatkan efisiensi kerja pegawai dan tidak mengganggu sirkulasi dari pengunjung.

**b. Konsep Pola Lantai**

Membuat pola lantai untuk memudahkan dalam menata mobil yang dipamerkan dan membuat ruang terlihat rapih.



Gambar 5.7  
Konsep Pola lantai  
Sumber : Isra Nasharmalik Rusadi, 2016

Dilihat dari gambar, ada 3 warna panah yang masing-masing tegak lurus dengan warna panah yang sama. Ada 3 unit mobil yang dipamerkan pada *Showroom*, masing-masing memiliki acuan pada lantai untuk mengetahui pengaturan mobil apakah sudah baik atau

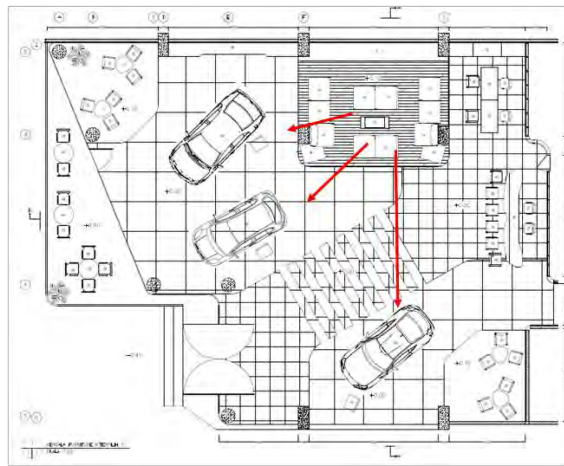


belum. Hal tersebut dapat meningkatkan kinerja pegawai dalam penataan kendaraan dan memberikan *layout* yang baik kepada pengunjung yang ingin melihat kendaraan yang dipamerkan.

Terdapat seperti *zebra cross* pada area tengah yang berfungsi menyambungkan area agar tidak terlihat sendiri-sendiri. Juga berfungsi mengarahkan pengunjung ke arah konter sales.

#### c. Konsep Area Tunggu

Meletakkan area tunggu di tengah, agar orang yang menunggu dapat tetap melihat ke semua arah dan tidak terhalang untuk melihat ke arah mobil yang dipamerkan.



Gambar 5.8

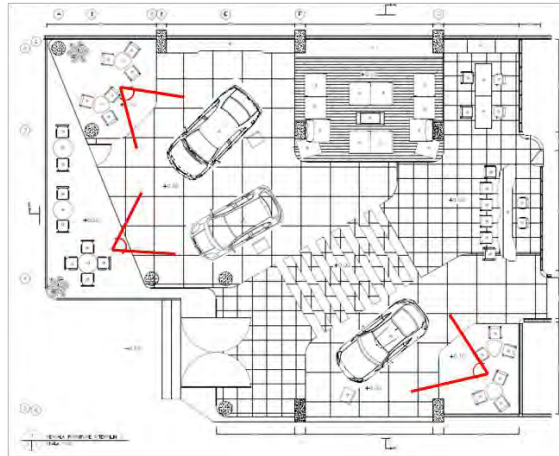
Konsep area tunggu

Sumber : Isra Nasharmalik Rusadi, 2016

#### d. Konsep Penempatan Area Negosiasi

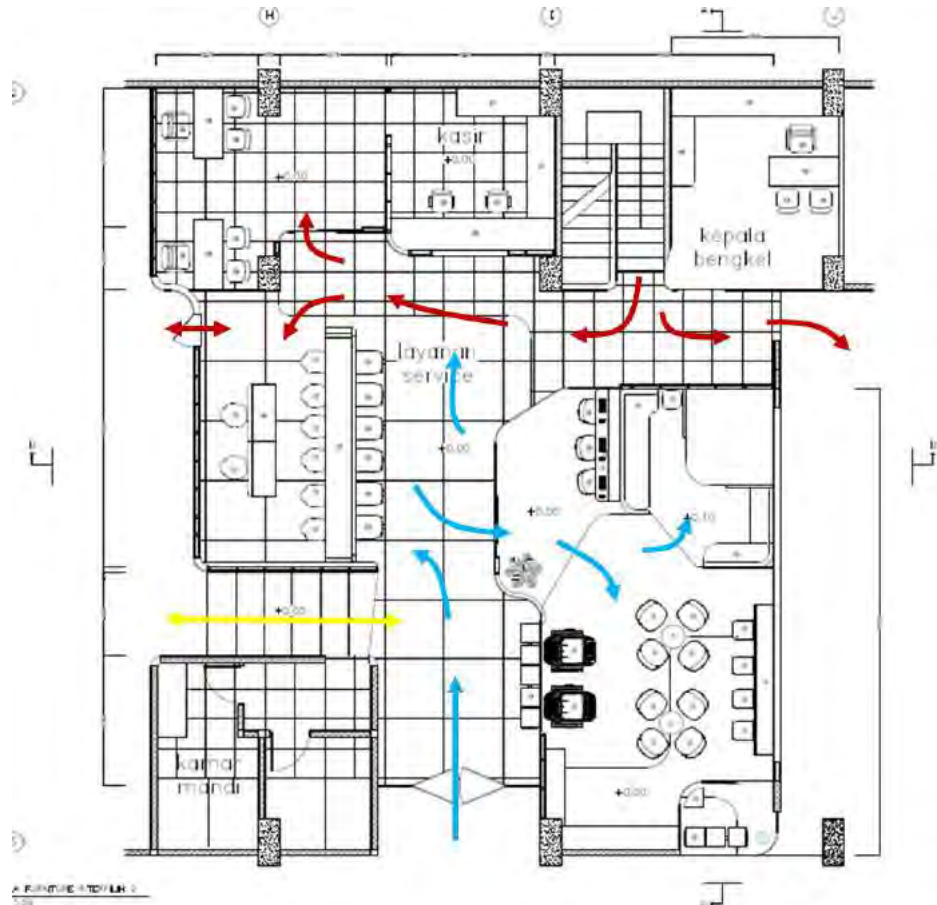
Meletakkan area negosiasi yang dapat memperlihatkan dengan baik kepada pengunjung yang sedang bernegosiasi ke arah kendaraan yang diinginkan.





Gambar 5.9  
Konsep penempatan area negosiasi  
Sumber : Isra Nasharmalik Rusadi, 2016

## 2. Area Pelayanan Servis



Gambar 5.10  
Area pelayanan servis  
Sumber : Isra Nasharmalik Rusadi, 2016



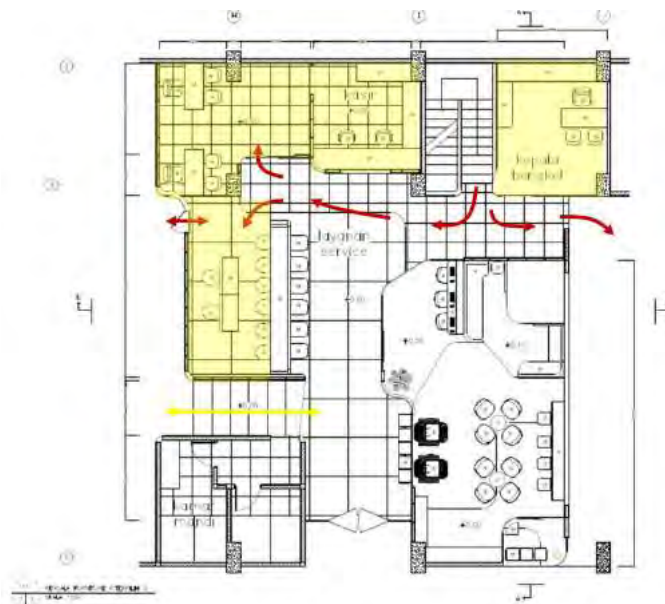
Area pelayanan servis mobil merupakan tempat yang diberikan kepada pengguna kendaraan merek toyota yang ingin melakukan servis kendaraan secara resmi. Terdapat beberapa ruang pada area pelayanan servis, yaitu :

- Layanan servis
- Ruang tunggu bengkel
- Kepala bengkel
- Administrasi
- Kasir
- Kamar mandi

Panah berwarna biru merupakan sirkulasi pengunjung yang melakukan servis kendaraan, sedangkan panah berwarna merah merupakan sirkulasi pegawai, dan panah berwarna kuning merupakan lorong yang menyambungkan area *Showroom* dengan area servis untuk sirkulasi pengunjung.

#### a. Sirkulasi Pegawai

Sirkulasi pegawai yang efisien agar memberikan pelayanan yang terbaik dengan cepat dan tidak mengganggu aktivitas pengunjung.



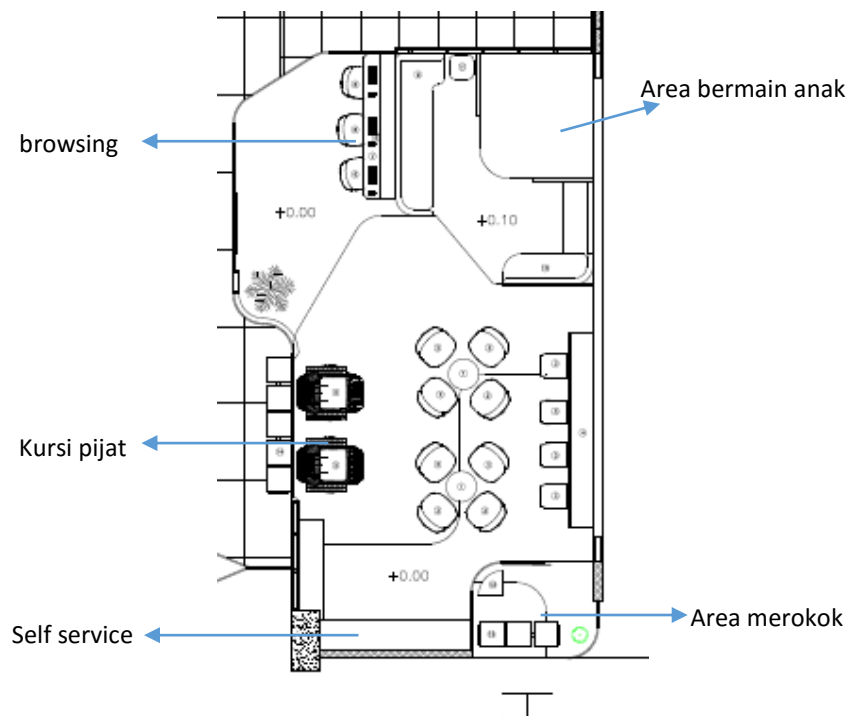
Gambar 5.11  
konsep efisiensi kerja pegawai  
Sumber : Isra Nasharmalik Rusadi, 2016



Area yang diberi warna kuning merupakan area privasi yang hanya dapat dimasuki oleh pegawai, panah berwarna merah merupakan sirkulasi yang dilalui oleh pegawai. Pada *Showroom* ini jalur pegawai masuk kedalam gedung disediakan dari lantai dua. Untuk meningkatkan efisiensi kerja dalam hal waktu guna memberikan pelayanan yang terbaik, desain ini mengarahkan alur pegawai seefisien mungkin agar dapat bergerak cepat dan tidak mengganggu sirkulasi dari pengunjung.

#### b. Konsep Fasilitas

Pada area tunggu servis disediakan fasilitas yang dapat memenuhi semua segmentasi pengunjung agar dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada pengunjung saat melakukan servis kendaraan yang memakan waktu sedikit lebih lama. Disediakan fasilitas seperti area bermain anak, fasilitas *browsing* dengan *personal computer*, fasilitas *wifi* gratis, pelayanan *selfservice* untuk konsumsi, kursi pijat, colokan listrik disetiap tempat duduk, dan area untuk merokok.

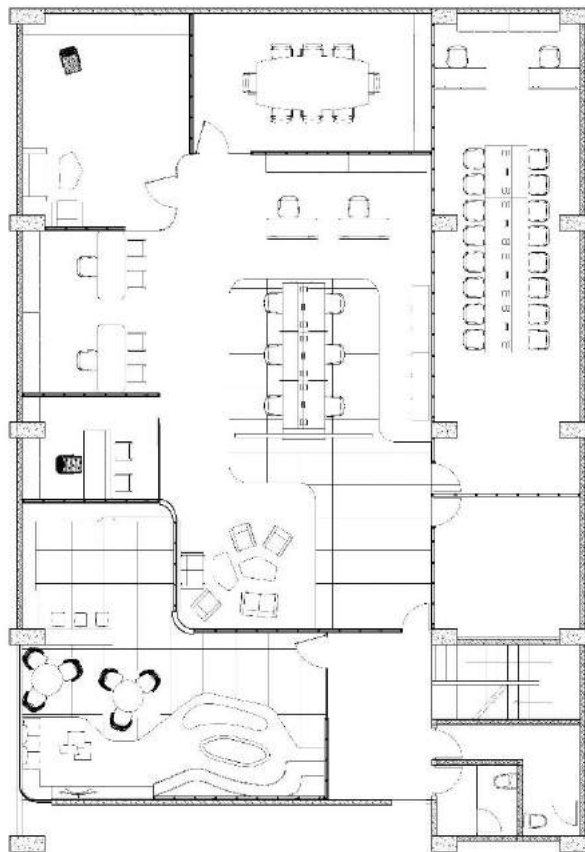


Gambar 5.12  
Denah area tunggu servis  
Sumber : Isra Nasharmalik Rusadi, 2016



### 3. Area *lounge* dan kantor

Pada area *launge* dan kantor merupakan area privat yang aktivitasnya adalah untuk pegawai karena berada di lantai 2. Pada area kantor terdapat bagian – bagian yaitu, area kerja, kepala administrasi, kepala cabang, ruang rapat, dan ruang sales. Area *lounge* ini diperuntukan untuk tempat pegawai yang ingin bersantai sejenak menghilangkan penat saat bekerja. Disana terdapat fasilitas bermain seperti game konsol dan alat musik seperti gitar dan cajon.



Gambar 5.13  
Denah lantai 2 area kantor dan lounge  
Sumber : Isra Nasharmalik Rusadi, 2016

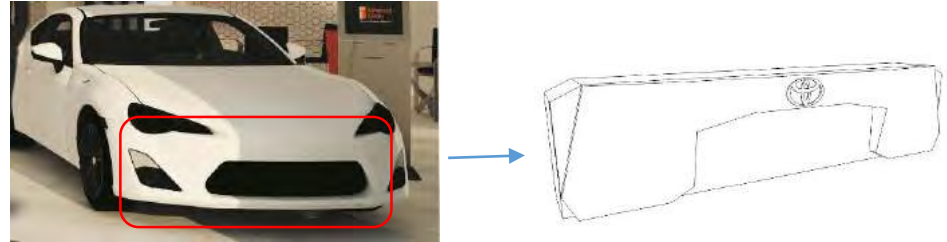
### 5.3 Pengembangan Gagasan Ide

Pengaplikasian bentuk yang diambil dari logo toyota yang menjadi elemen dalam interior *Showroom* toyota Auto2000, pengembangan gagasan ide dari bentukan toyota dan tranformasi bentuk dari bentukan *body* salah satu



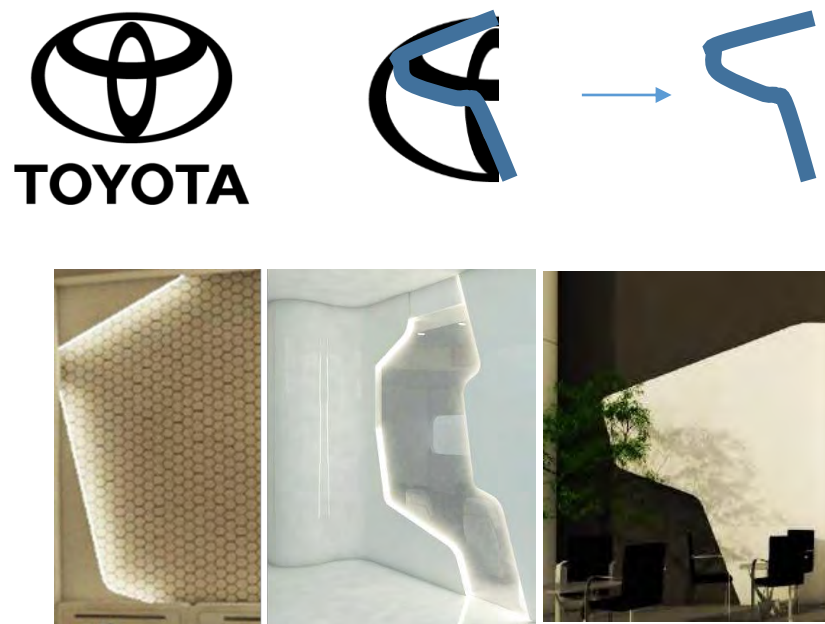
mobil keluaran toyota, yaitu Toyota 86. Berikut gagasan ide yang dikembangkan dari bentukan yang dimiliki Toyota.

- Bentuk Furniture



*Gambar 5.14*  
*Transformasi bentuk furniture*  
*Sumber : Isra Nasharmalik Rusadi, 2016*

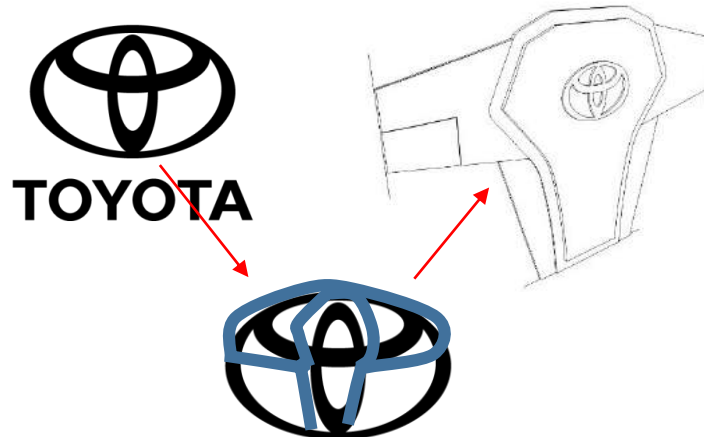
- Bentuk Elemen Estetis



*Gambar 5.15*  
*Transformasi bentuk estetis*  
*Sumber : Isra Nasharmalik Rusadi, 2016*



- Bentuk *Backdrop*



*Gambar 5.16*  
*transfomasi bentuk backdrop*  
*Sumber : Isra Nasharmalik Rusadi, 2016*

## 5.4 Hasil Desain

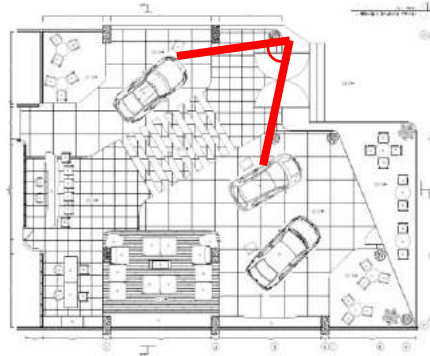
Dari proses membuat gagasan-gagasan desain kemudian dilakukan pengolahan ide kembali untuk menghasilkan aplikasi konsep desain yang sesuai pada interior bangunan. Berikut adalah desain akhir dari proses desain yang telah dilewati.

### 5.4.1 Showroom

1. *View 1 area pamer Showroom Toyota Auto2000 Pecindilan Surabaya*



*Gambar 5.17*  
*View 1 area pamer*  
*Sumber : Isra Nasharmalik Rusadi, 2016*



Gambar 5.18  
Sudut view 1 pada denah  
Sumber : Isra Nasharmalik Rusadi, 2016

Gambar 5.13 adalah suasana area pameran pada *Showroom* Toyota Auto2000 Pecindilan Surabaya saat baru masuk. Pola lantai dengan warna abu-abu langsung mengarahkan kita ke arah konter *sales* dan juga memfokuskan kita langsung melihat ke arah logo toyota pada *backdrop* yang menjadi *point of interest* ketika baru memasuki *Showroom*. Melakukan pola garis putih untuk menyambungkan area satu dengan lainnya agar tidak terlihat sendiri-sendiri. Melakukan pengulangan pola yang ada pada lantai ke *ceiling* untuk lebih menyatukan desain satu sama lain.

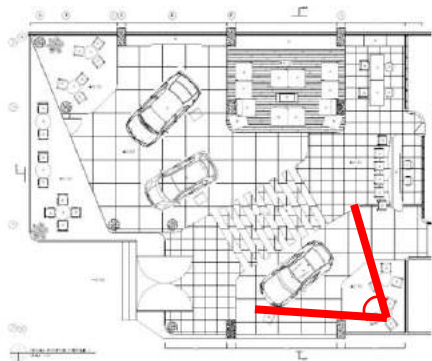
Menggunakan pencahayaan *hidden lamp* pada elemen estetis di dinding dan *indirect lamp* yang ditutup dengan akrilik putih sehingga membentuk seperti garis cahaya pada *ceiling*.



2. *View 1 area pameran Showroom Toyota Auto2000 Pecindilan Surabaya*



*Gambar 5.19*  
*View 2 area pameran*  
*Sumber : Isra Nasharmalik, 2016*



*Gambar 5.20*  
*Sudut view 2 pada denah*  
*Sumber : Isra Nasharmalik Rusadi, 2016*

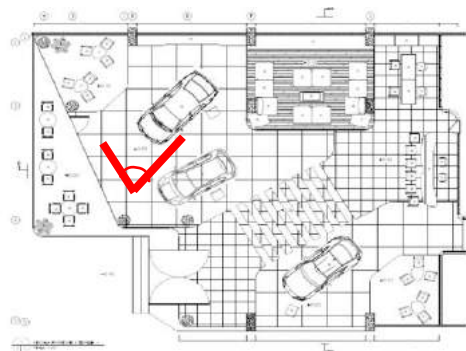
Gambar 5.15 adalah salah satu *view* dari area negosiasi. Di mana pada area negosiasi dapat melihat ke arah kendaraan yang di pameran. Terdapat area tunggu di tengah ruang, pada area tunggu menggunakan material parket kayu untuk lantai dan atapnya dengan *finishing glossy* agar tetap terlihat futuristik namun dengan material kayu memberikan kesan hangat.



3. *View 3 area pamer Showroom Toyota Auto2000 Pecindilan Surabaya*



*Gambar 5.21*  
*View 3 area pamer*  
*Sumber : Isra Nasharmalik Rusadi, 2016*



*Gambar 5.22*  
*Sudut view 3 pada denah*  
*Sumber : Isra Nasharmalik Rusadi, 2016*

Gambar 5.16 adalah salah sudut area negosiasi, area negosiasi menggunakan karpet pada bagian lantainya agar memberikan kesan formal saat melakukan negosiasi. Pada dinding terdapat elemen estetis yang diambil dari bentukan Toyota. Material yang digunakan untuk partisi berupa multiplek yang difinis dengan hpl taco putih *glossy*. Pada dindingnya menggunakan cat tembok abu-abu. Terdapat lemari untuk



*display* aksesoris mobil. Di sisinya terdapat *ac standing build in* di dalam lemari *display*.

#### 5.4.2 Pelayanan servis

1. *View 1* Pelayanan servis *Showroom* Toyota Auto2000 Pecindilan Surabaya



Gambar 5.23

*View 1* Pelayanan servis

Sumber : Isra Nasharmalik Rusadi, 2016



Gambar 5.24

*Sudut view 1* pada denah

Sumber : Isra Nasharmalik Rusadi, 2016

Gambar 5.19 adalah suasana layanan servis, *backdrop* layanan servis ini menggunakan elemen estetis yang diambil dari bentukan toyota. Pada partisi estetis tersebut diletakan *hidden lamp* sebagai pencahayaan. Estetis tersebut menggunakan material multiplek yang difinis dengan hpl taco



putih *glossy*. Furnitur kursi yang digunakan mempunyai bentuk futuristik dengan material *acrylic* putih yang dikombinasikan dengan warna merah. Untuk meja pelayanan didesain *custom* dengan bentukan yang diambil dari *body* mobil toyota.

2. *View 2* Pelayanan servis *Showroom* Toyota Auto2000 Pecindilan Surabaya



*Gambar 5.25*  
*View 2 Ruang tunggu servis*  
*Sumber : Isra Nasharmalik Rusadi, 2016*



*Gambar 5.26*  
*Sudut view2 pada denah*  
*Sumber : Isra Nasharmalik Rusadi, 2016*

Gambar 5.21 adalah suasana ruang tunggu servis. Interior dominan menggunakan warna putih. Terdapat permainan dinding yang diolah dengan bentukan yang diambil dari konsep menjadi bagian dari kaca yang



memperlihatkan area *Showroom* dari area tunggu servis. Sebagian plafon menggunakan material parket kayu untuk memberikan kenyamanan dan kehangatan.

#### 5.4.3 Kantor dan lounge

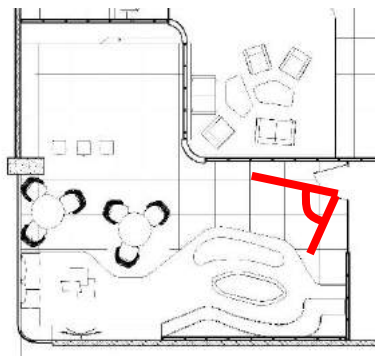
1. *View 1 lounge* kantor Toyota Auto2000 Pecindilan Surabaya



*Gambar 5.27*

*View 1 Area lounge*

*Sumber : Isra Nasharmalik Rusadi, 2016*



*Gambar 5.27*

*Sudut view area lounge*

*Sumber : Isra Nasharmalik Rusadi, 2016*

Gambar 5.26 adalah salah satu *view* untuk area *lounge* saat baru memasukinya. Pada lantai mengkombinasikan material karpet dan lantai dengan pola bentuk futuristik. Untuk area yang terdapat sofa hingga area lesehan menggunakan karpet abu – abu polos dan area sirkulasi

menggunakan lantai keramik Uk. 60x60cm. Pada dinding belakan sofa menampilkan elemen estetis berupa hidden lamp yang berfungsi untuk memperlihatkan logo Toyota. Untuk partisinya menggunakan material multiplek yang difinis dengan HPL TACO putih *glossy*. pada dinding area game, terdapat estetis dengan *steinless* yang disusun rapih secara horizontal. Permainan plafon dengan bentukan asimetris dengan tamabahan *hidden lamp* menambahkan kesan futuristik pada ruang. Salah satu *down ceiling* menggunakan material parket kayu agar terlihat lebih menarik dan dapat menghangatkan ruang yang dominasi berwarna putih.

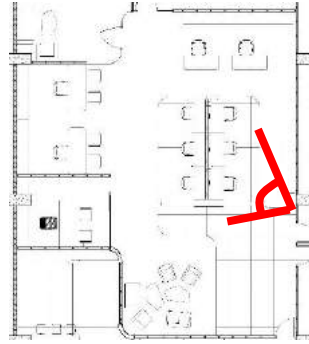
2. *View 2 area kantor*



*Gambar 5.28*

*Area kantor*

*Sumber : Isra Nasharmalik Rusadi, 2016*



*Gambar 5.29*  
*Sudut view area kantor*  
*Sumber : Isra Nasharmalik Rusadi, 2016*

Gambar 5.26 adalah salah satu sudut area kantor. Pada lantai mengkolaborasikan material keramik dan karpet. Pada dinding mengkolaborasikan partisi dan kaca dengan bentukan sesuai konsep. Permainan leveling pada ceiling dengan tambahan *inderiect lamp* yang dibatasi dengan material acrilik putih sehingga terlihat seperti garis cahaya putih. Untuk furnitur kantor dominan menggunakan warna putih dengan partisi berwarna agar terlihat lebih menarik.

KETERANGAN:	
1	KOLOM ANAK
2	KOLOM INDUK
3	DAK BETON
4	LANTAI KERAMIC TILES 80X80 PUTIH GLOSS
5	SPESE
6	RABAT BETON
7	PASIR URUK
8	LOGO TOYOTA, STEILEES ALUMUNIU
9	PARTISI MULTIPLEK TEBAL 5mm FINIS HPL TACO PUTIH GLOSS
10	PARTISI MULTIPLEK TEBAL 5mm FINIS HPL TACO PUTIH GLOSS
11	PARTISI MULTIPLEK TEBAL 5mm FINIS HPL TACO ABU-ABU
12	PARTISI GIPSUM FINIS CAT PUTIH CATYLAC DULUX
13	PARTISI GIPSUM FINIS ABU-ABU DOVE DULUX
14	PARTISI MULTIPLEK TEBAL 5mm FINIS HPL TACO PUTIH GLOSS
15	KOLOM FINIS CAT PUTIH CATYLAC DULUX
16	KURSI SENDER, STRUKTUR STEILESS + BANTALAN FABRIK
17	MEJA RESEPSIONIS CUSTOM, BAHAN MULTIPLEK FINIS HPL TACO
18	SOFA TANPA SENDER 80x80CM, FINIS FABRIK HITAM
19	MEJA TAMU CUSTOM BAHAN MUTIPLEK FINIS HPL TACO
20	MEJA TAMU CUSTOM BAHAN STEINLESS + KACA TEBAL 5mm
21	MOBIL DISPLAY
22	MEJA NEGOSIASI, CUSTOM STEINLESS + KACA t. 8mm
23	LAMPU DOWNLIGHT LED 16 watt
24	HOLLOW 4/4
25	GIPSUM BOARD 1cm
26	AC CASSETE

JUDUL GAMBAR

POTONGAN A-A' RUANG TERPILIH 1

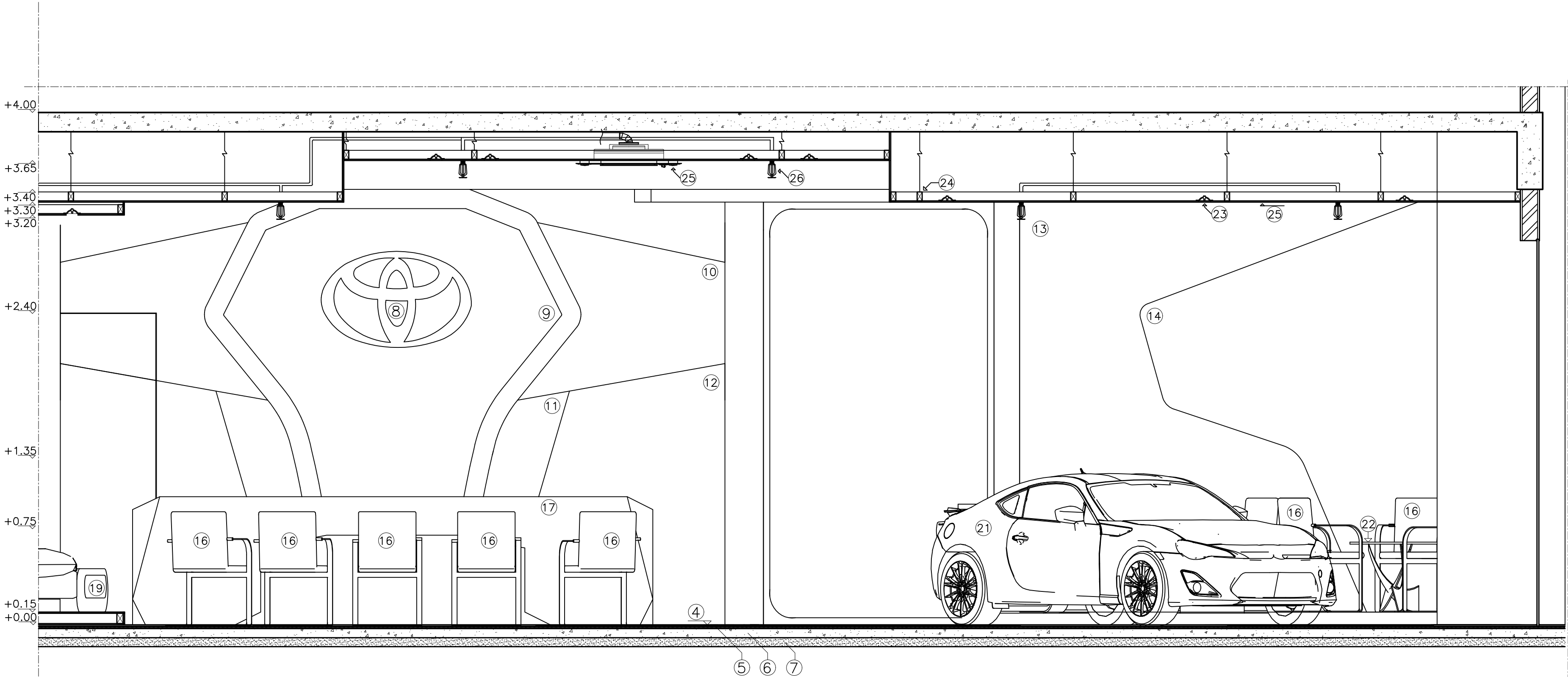
SKALA	TANGGAL
-------	---------

1 : 25	14 APRIL 2016
--------	---------------

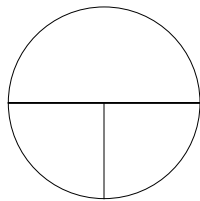
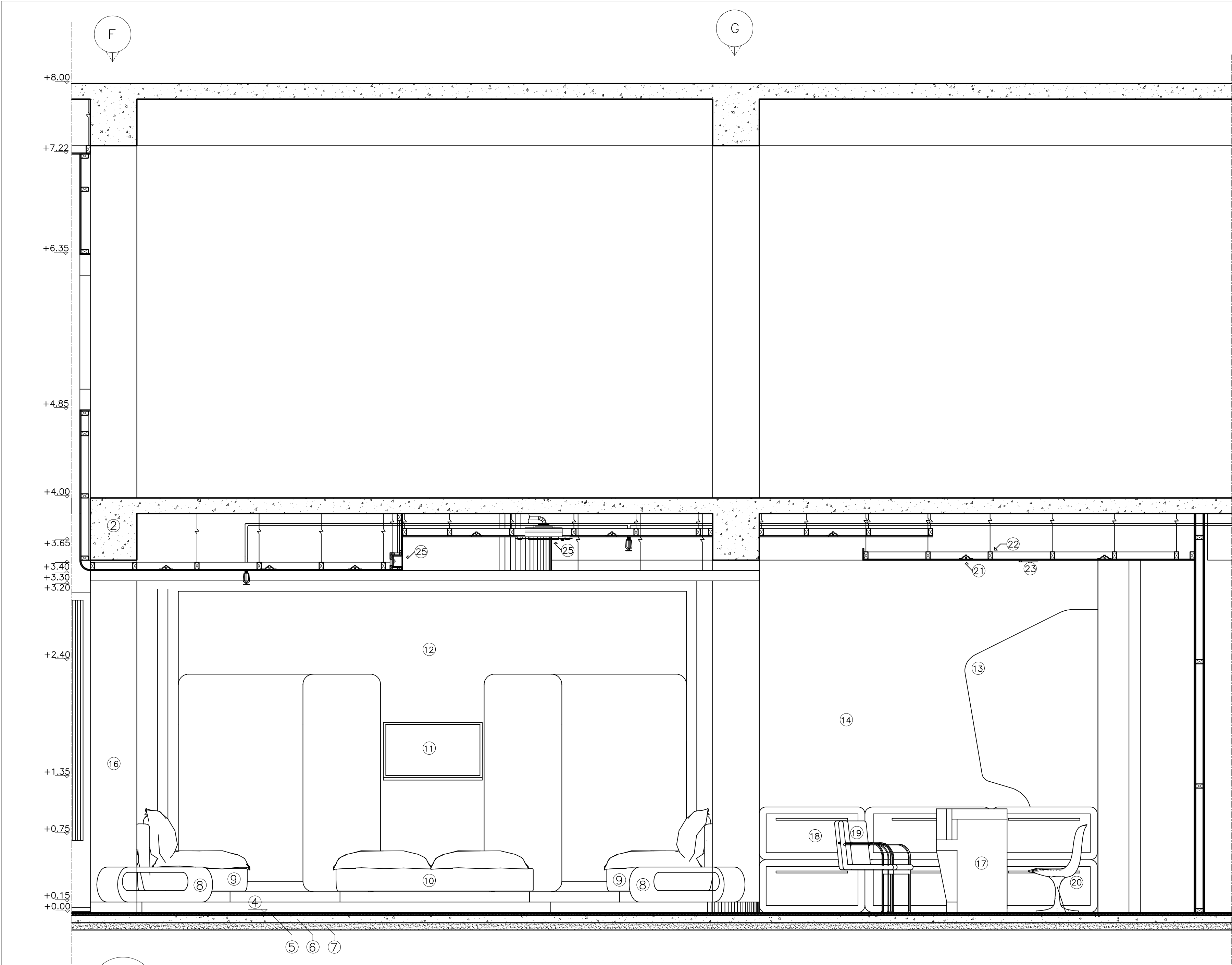
NO GAMBAR	JUMLAH GAMBAR
-----------	---------------

5	1
---	---

6



POTONGAN A-A' TUANG TERPILIH 1  
SKALA 1:25



POTONGAN B-B' TUANG TERPILIH 1  
SKALA 1:25



JURUSAN DESAIN INTERIOR  
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER  
SURABAYA

TUGAS AKHIR DESAIN INTERIOR

DOSEN PEMBIMBING :  
Ir. BUDIONO ST., M.Sn.

REDESAIN INTEIROR SHOWROOM TOYOTA  
AUTO2000 DENGAN LANGGAM FUTURISTIK  
FAMILY

ISRA NASHARMALIK RUSADI  
3412100133

KETERANGAN:

- |    |  |
|----|--|
| 1  | KOLOM ANAK   |
| 2  | KOLOM INDUK  |
| 3  | DAK BETON  |
| 4  | LANTAI KERAMIC TILES 80X80 PUTIH GLOSS                 |
| 5  | SPESE  |
| 6  | RABAT BETON  |
| 7  | PASIR URUK   |
| 8  | LOGO TOYOTA, STEILEES ALUMUNIUM                        |
| 9  | PARTISI MULTIPLEK TEBAL 5mm FINIS HPL TACO PUTIH GLOSS |
| 10 | PARTISI MULTIPLEK TEBAL 5mm FINIS HPL TACO PUTIH GLOSS |
| 11 | PARTISI MULTIPLEK TEBAL 5mm FINIS HPL TACO ABU-ABU     |
| 12 | PARTISI GIPSUM FINIS CAT PUTIH CATYLAC DULUX           |
| 13 | PARTISI GIPSUM FINIS ABU-ABU DOVE DULUX                |
| 14 | PARTISI MULTIPLEK TEBAL 5mm FINIS HPL TACO PUTIH GLOSS |
| 15 | KOLOM FINIS CAT PUTIH CATYLAC DULUX                    |
| 16 | KURSI SENDER, STRUKTUR STEILEES + BANTALAN FABRIK      |
| 17 | MEJA RESEPSIONIS CUSTOM, MULTIPLEK FINIS HPL TACO      |
| 18 | SOFA TANPA SENDER 80x80CM, FINIS FABRIK HITAM          |
| 19 | MEJA TAMU CUSTOM BAHAN MUTIPLEK FINIS HPL TACO         |
| 20 | MEJA TAMU CUSTOM BAHAN STEINLESS + KACA TEBAL 5mm      |
| 21 | MOBIL DISPLAY  |
| 22 | MEJA NEGOSIASI, CUSTOM BAHAN STEINLEES + KACA t. 8mm   |
| 23 | LAMPU DOWNLIGHT LED 16 watt                            |
| 24 | HOLLOW 4/4   |
| 25 | GIPSUM BOARD 1cm                                       |
| 26 | AC CASSETE   |

JUDUL GAMBAR

POTONGAN A-A' RUANG TERPILIH 1

SKALA

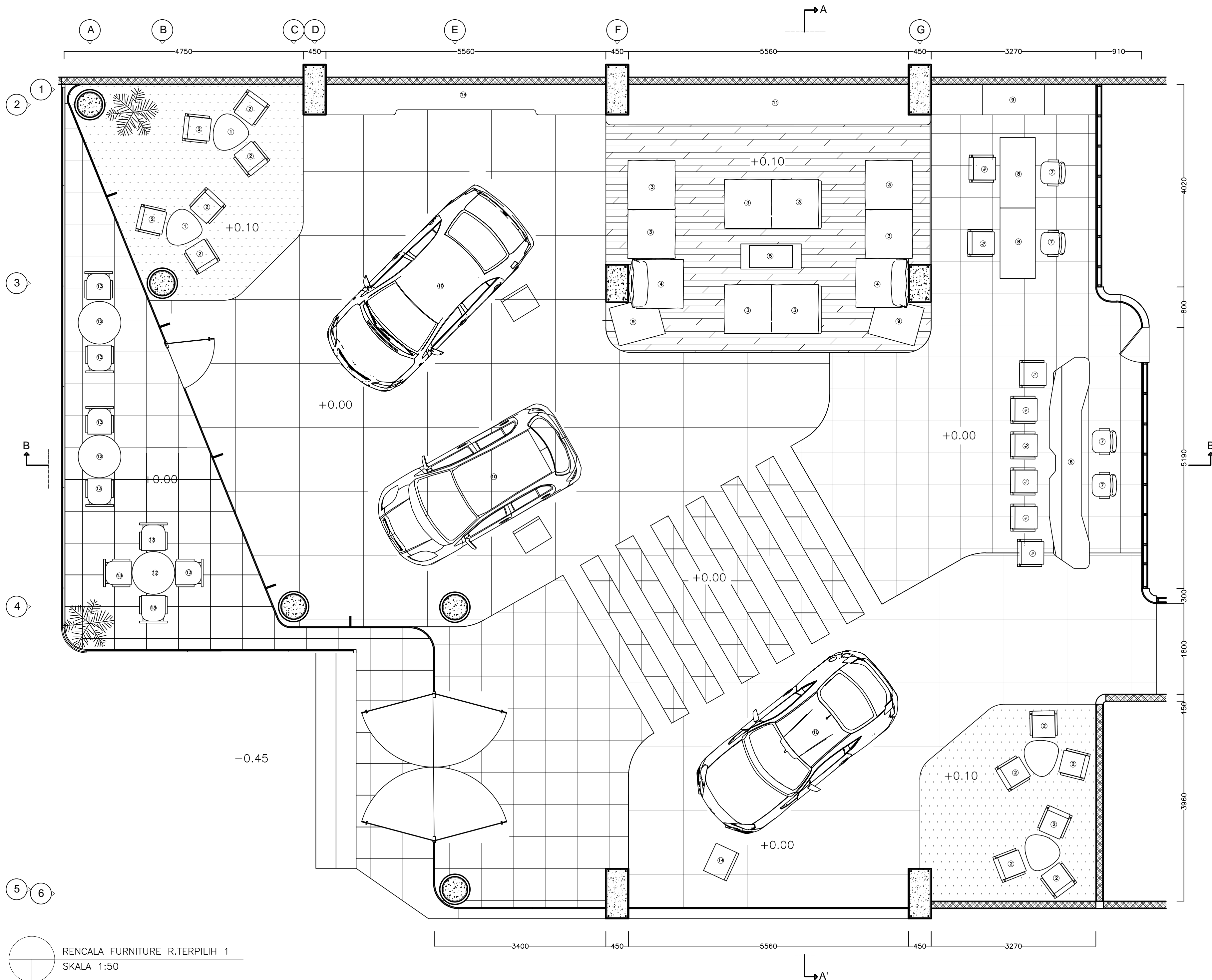
TANGGAL

1 : 25

19 MEI 2016

NO GAMBAR

JUMLAH GAMBAR



JURUSAN DESAIN INTERIOR  
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER  
SURABAYA

TUGAS AKHIR DESAIN INTERIOR

DOSEN PEMBIMBING :  
Ir. BUDIONO ST., M.Sn.

REDESAIN INTEIROR SHOWROOM TOYOTA  
AUTO2000 DENGAN LANGGAM FUTURISTIK  
FAMILY

ISRA NASHARMALIK RUSADI  
3412100133

KETERANGAN:

- |    |   |
|----|---|
| 1  | MEJA NEGOSIASI CUSTOM   |
| 2  | KURSI KANTOR TIPE 1   |
| 3  | SOFA TANPA SENDER 80X80cm FINIS FABRIK HITAM                          |
| 4  | SOFA SINGLE 80X80cm FINIS FABRIK HITAM                                |
| 5  | MEJA TAMU CUSTOM BAHAN STEINLEES HITAM + KACA<br>TEMPERED 5mm         |
| 6  | MEJA RESEPSIONIS CUSTOM BAHAN MULTIPLEK FINIS HPL<br>TACO PUTIH GLOSS |
| 7  | KURSI KANTOR TIPE 2   |
| 8  | MEJA KANTOR CUSTOMO FINIS PUTIH GLOSS                                 |
| 9  | KABINET CUSTOMO, MULTIPLEK FINIS HPL TACO PUTIH GLOSS                 |
| 10 | MOBIL PRODUK DISOLAY  |
| 11 | GAME SIMULATOR  |
| 12 | MEJA NEGOSIASI d=80   |
| 13 | KURSI KANTOR TIPE 3   |
| 14 | RAK DISPLAY AKSESORIS, MULTIPLEK FINIS TACO PUTIH GLOSS               |
| 15 | INFORMASI PRODUK  |

JUDUL GAMBAR

RENCANA FURNITUR RUANG TERPILIH 1

SKALA

TANGGAL

1:50

14 APRIL 2016

NO GAMBAR

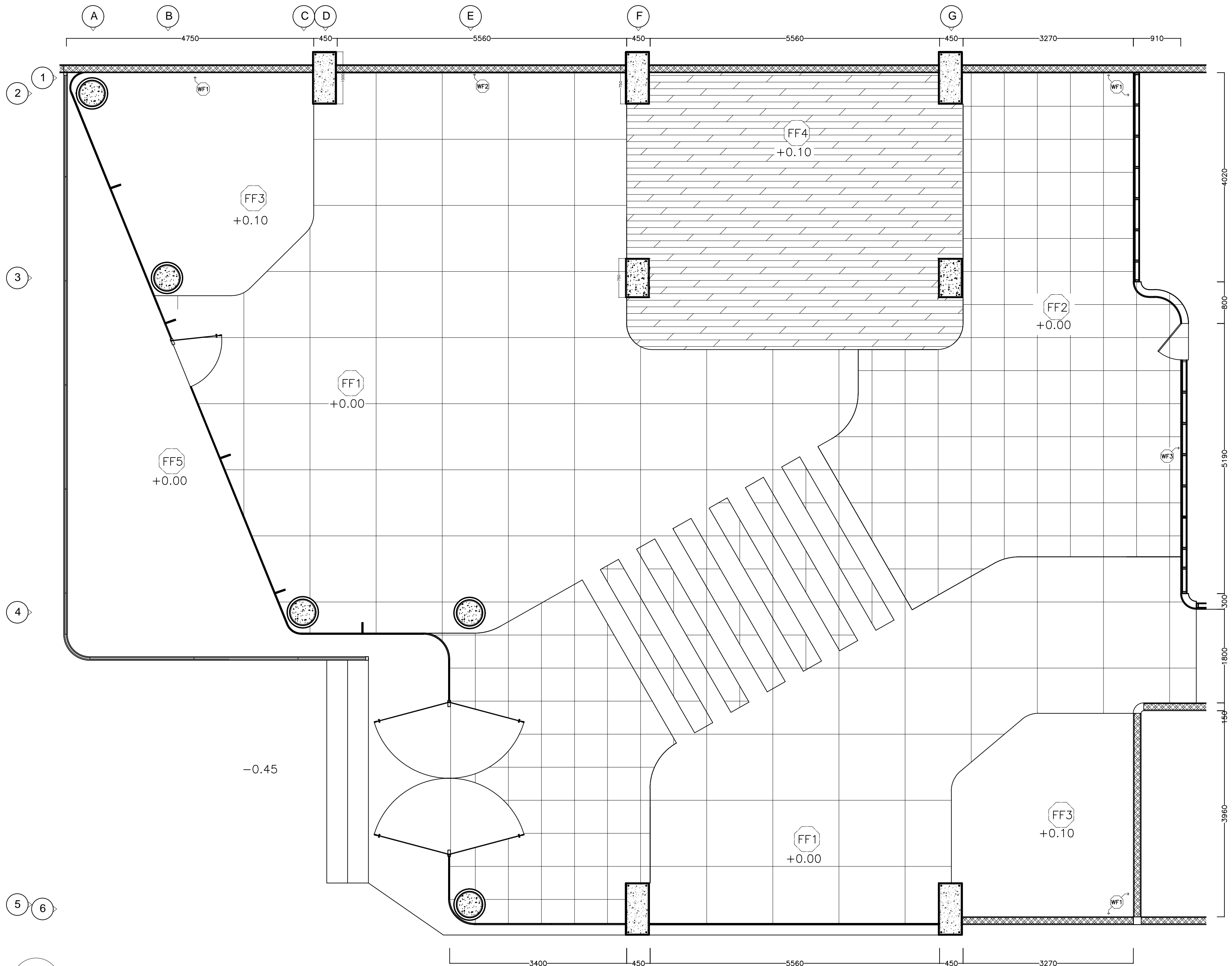
JUMLAH GAMBAR

1

1

RENCALA FURNITURE R.TERPILIH 1  
SKALA 1:50





RENCALA LANTAI R.TERPILIH 1  
SKALA 1:50



JURUSAN DESAIN INTERIOR  
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER  
SURABAYA

TUGAS AKHIR DESAIN INTERIOR

DOSEN PEMBIMBING :  
Ir. BUDIONO ST., M.Sn.

REDESAIN INTEIROR SHOWROOM TOYOTA  
AUTO2000 DENGAN LANGGAM FUTURISTIK  
FAMILY

ISRA NASHARMALIK RUSADI  
3412100133

KETERANGAN:  
FF1 VENUS TILES QUARTZ STONE WHITE Uk 80X80cm  
FF2 VENUS TILES QUARTZ STONE GREY Uk 40X40cm  
FF3 KARPET VARIATION I  
FF4 PARKET KAYU 12X80cm  
FF5 VENUS TILES QUARTZ STONE GREY 40X40cm  
WF1 ESTETIS PARTISI Fin. HPL + DULUX MILINIMALIS GREY  
WF2 CAT DINDING PUTIH CATYLAC  
WF3 BACKDROP FINIS HPL

JUDUL GAMBAR

RENCANA FURNITUR RUANG TERPILIH 1

SKALA

TANGGAL

1:50

14 APRIL 2016

NO GAMBAR

JUMLAH GAMBAR

2

1



KETERANGAN:

- |    |   |
|----|---|
| 1  | KOLOM ANAK  |
| 2  | KOLOM INDUK   |
| 3  | DAK BETON   |
| 4  | LANTAI KERAMIC TILES 80X80 PUTIH GLOSS                |
| 5  | SPESEI  |
| 6  | RABAT BETON   |
| 7  | PASIR URUK  |
| 8  | MEJA PELAYANAN CUSTOM Fin.TACO HPL WHITE SUPER GLOSSY |
| 9  | MEJA KANTOR CUSTOM Fin. TACO HPL WHITE SUPER GLOSSY   |
| 10 | KURSI KANTOR CUSTOM ACRYLIC PUTIH                     |
| 11 | KURSI KANTOR TIPE 1                                   |
| 12 | KURSI LOUNGE  |
| 13 | KURSI BAR   |
| 14 | MEJA KOMPUTER Fin. TACO HPL WHITE SUPER GLOSSY        |
| 15 | I MAC 17inc   |
| 16 | LAMPU SPOT LED  |
| 17 | KURSI PIJAT   |
| 18 | MEJA BAR  |
| 19 | KURSI BAR CUSTOM                                      |
| 20 | PEMBUAT KOPI  |
| 21 | DISPENSER   |
| 22 | MEJA CUSTOM Fin. TACO HPL WHITE SUPER GLOSSY          |
| 23 | KACA TEMPERED 1mm                                     |
| 24 | DOWNLIGHT 10 WATT                                     |
| 25 | HOLLOW 4/4  |
| 26 | GIPSUM BOARD 1cm                                      |
| 27 | SPRINGKLE   |
| 28 | AC CASSETE  |
| 29 | CAT DINDING MINIMALIS GREY DULUX                      |
| 30 | PARTISI Fin. TACO HPL WHITE SUPER GLOSSY              |

JUDUL GAMBAR

POTONGAN A-A' RUANG TERPILIH 2

SKALA

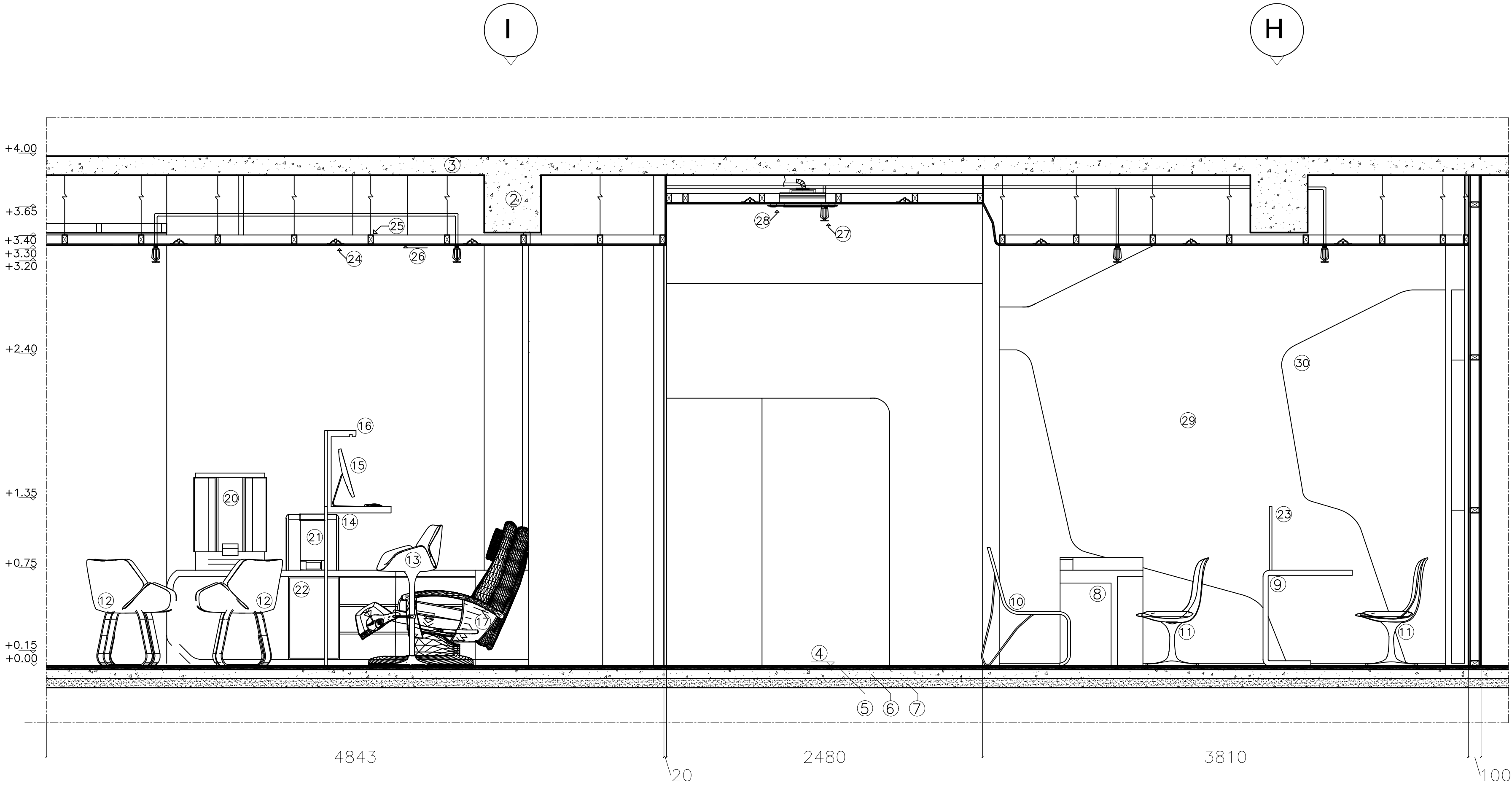
TANGGAL

1 : 25

19 MEI 2016

NO GAMBAR

JUMLAH GAMBAR



15  
14 | 1

POTONGAN A-A' TUANG TERPILIH 2  
SKALA 1:25

KETERANGAN:

- |    |   |
|----|---|
| 1  | KOLOM ANAK  |
| 2  | KOLOM INDUK   |
| 3  | DAK BETON   |
| 4  | LANTAI KERAMIC TILES 80X80 PUTIH GLOSS                |
| 5  | SPESI   |
| 6  | RABAT BETON   |
| 7  | PASIR URUK  |
| 8  | MEJA PELAYANAN CUSTOM Fin.TACO HPL WHITE SUPER GLOSSY |
| 9  | MEJA KOMPUTER Fin. TACO HPL WHITE SUPER GLOSSY        |
| 10 | KURSI KANTOR CUSTOM ACRYLIC PUTIH                     |
| 11 | MAC 17inc   |
| 12 | KURSI LOUNGE  |
| 13 | KURSI PIJAT   |
| 14 | AC CASSETE  |
| 15 | SPRINGKLE   |
| 16 | DOWNLIGHT LED 10 WATT                                 |
| 17 | HOLLOW 4/4  |
| 18 | GIPSUM BOARD 1cm                                      |

JUDUL GAMBAR

POTONGAN A-A' RUANG TERPILIH 2

SKALA

TANGGAL

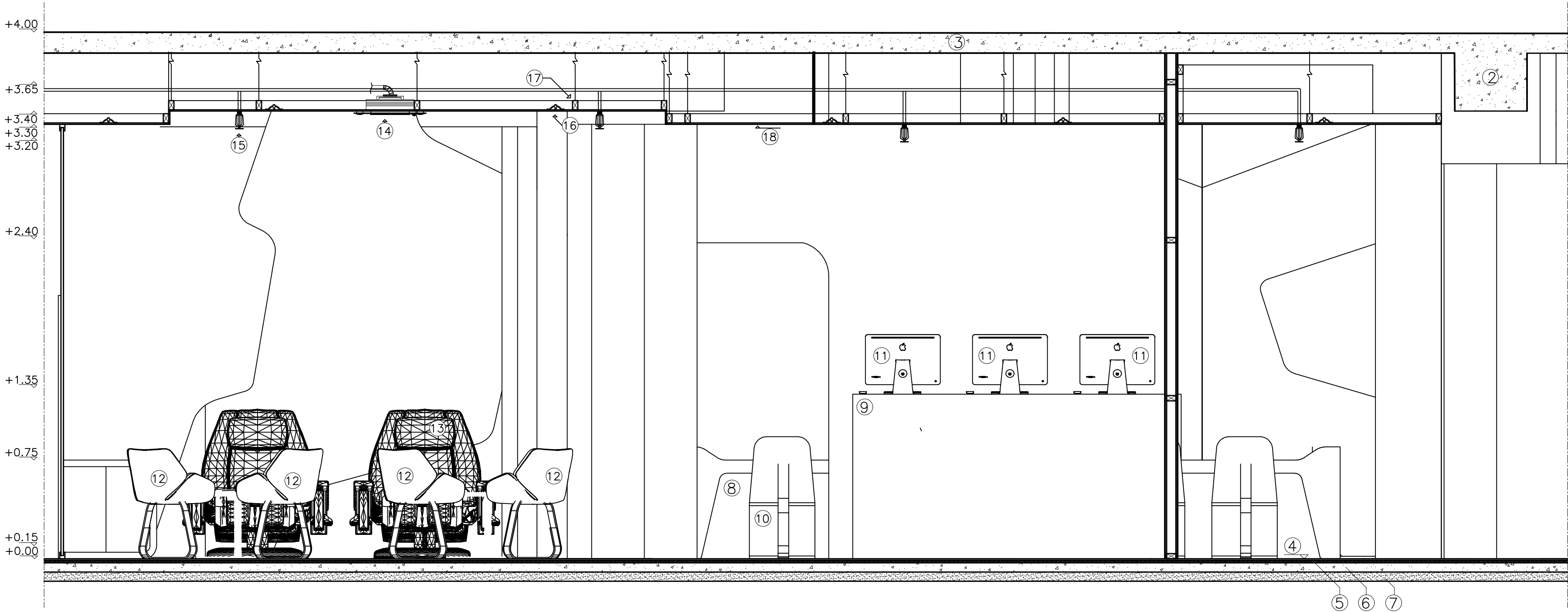
1 : 25

19 MEI 2016

NO GAMBAR

JUMLAH GAMBAR

1



16

14 | 1

POTONGAN A-A' TUANG TERPILIH 2  
SKALA 1:25

KETERANGAN:

1	MEJA LOUNGE PENDEK
2	KURSI LOUNGE
3	KURSI BAR SAMBUNG
4	MEJA BAR
5	KURSI PIJAT
6	KURSI BAR
7	MEJA KOMPUTER
8	KOMPUTER
9	SOFA 3 SIT CUSTOM
10	SOFA L CUSTOM
11	NAKAS
12	KURSI TUNGGU SAMBUNG 3 SIT
13	MEJA ASBAK ROKOK
14	KURSI TUNGGU
15	MEJA PELAYANAN SERVIS CUSTOM
16	KURSI KANTOR CUSTOM
17	KURSI KANTOR TIPE 1
18	MEJA KANTOR
19	KURSI KANTOR TIPE 2
20	KURSI KANTOR TIPE 3
21	KABINET
22	LEMARI

JUDUL GAMBAR

RENCANA FURNITUR RUANG TERPILIH 2

SKALA

TANGGAL

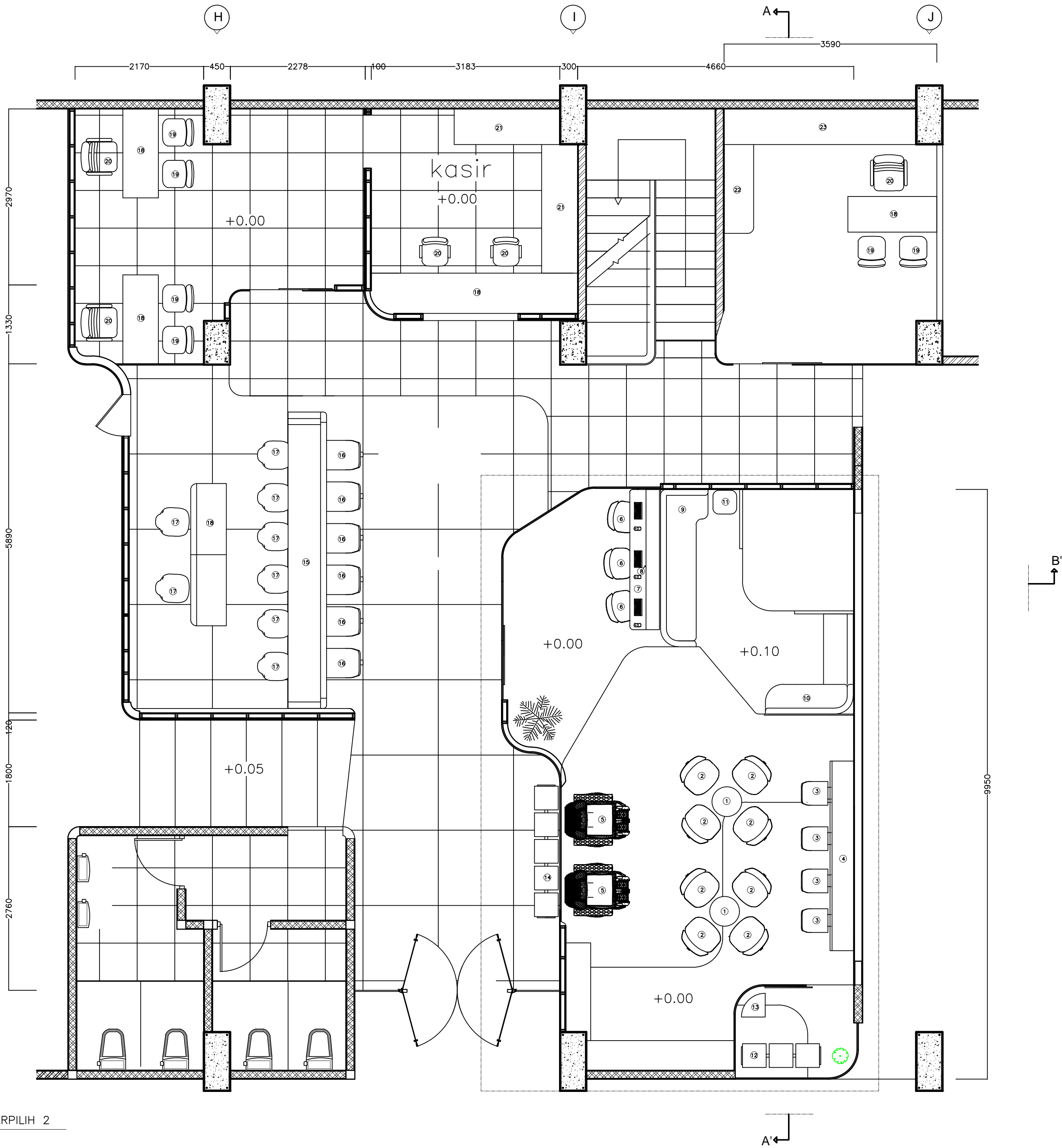
1:50

19 EMEI 2016

NO GAMBAR

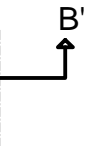
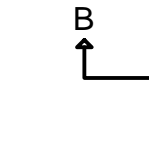
JUMLAH GAMBAR

1

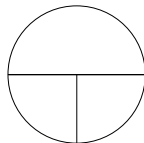


1

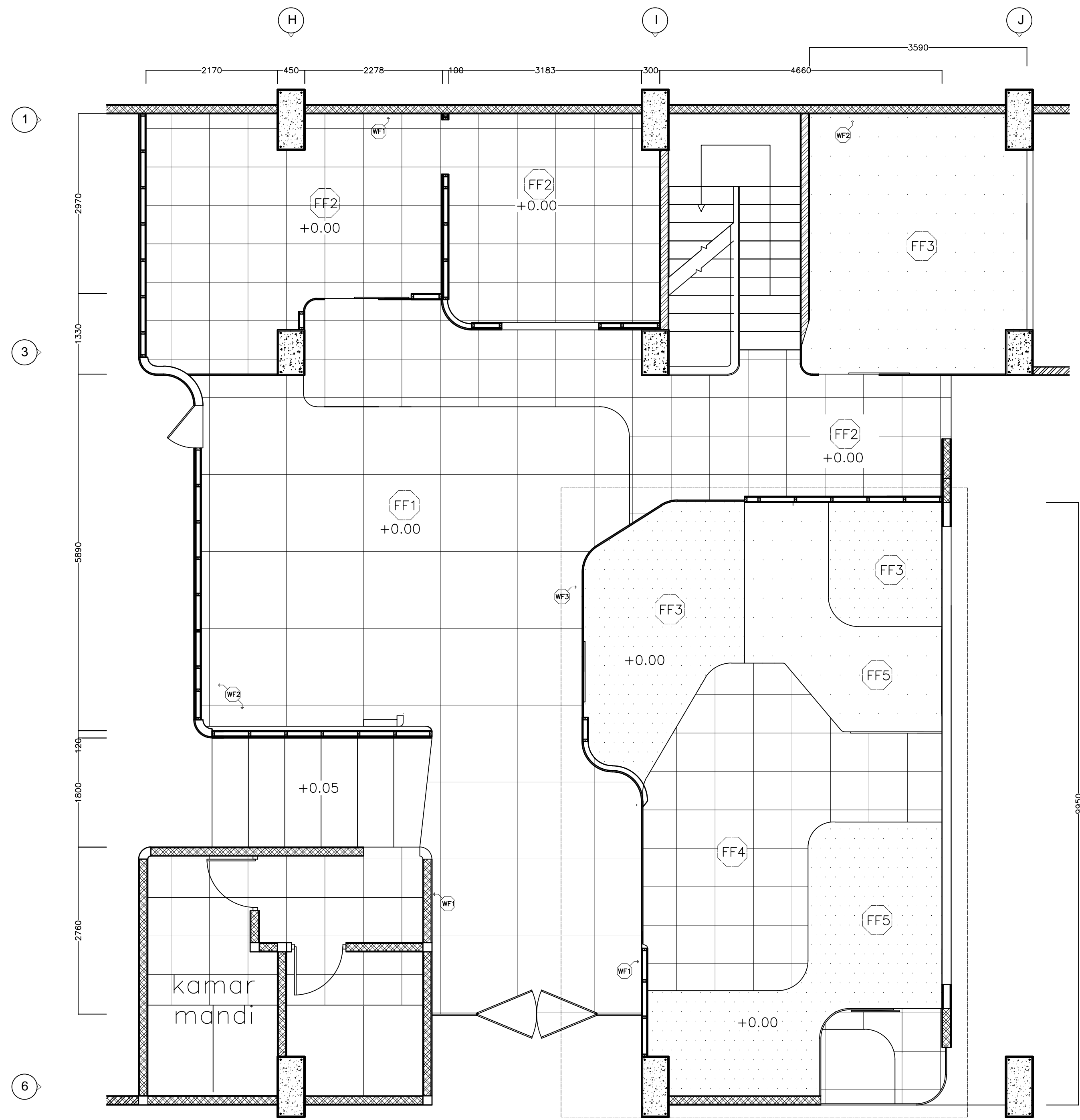
3



6



RENCALA FURNITURE R.TERPILIH 2  
SKALA 1:50



JURUSAN DESAIN INTERIOR  
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER  
SURABAYA

TUGAS AKHIR DESAIN INTERIOR

DOSEN PEMBIMBING :  
Ir. BUDIONO ST., M.Sn.

REDESAIN INTEIROR SHOWROOM TOYOTA  
AUTO2000 DENGAN LANGGAM FUTURISTIK  
FAMILY

ISRA NASHARMALIK RUSADI  
3412100133

KETERANGAN:

FF1	VENUS TILES QUARTZ STONE WHITE Uk80X80cm
FF2	VENUS TILES QUARTZ STONE GREY Uk40X40cm
FF3	KARPET VARIATION 1
FF4	KARPET ABU-ABU INTERSECTION
FF5	KARPET ABU-ABU VARIATION 2
WF1	CAT DINDING PUTIH CATYLAC
WF2	ESTETIS PARTISI Fin. HPL + DULUX MILINIMALIS GREY
WF3	KACA TEMPERED 1 CM

JUDUL GAMBAR

RENCANA LANTAI RUANG TERPILIH 2

SKALA	TANGGAL
-------	---------

1:50	19 MEI 2016
------	-------------

NO GAMBAR	JUMLAH GAMBAR
-----------	---------------

KETERANGAN:

F1	KURSI KANTOR TIPE 1
F2	MEJA KANTOR HADAP SEKAT
F3	CABINET GANTUNG
F4	CABINET fin. HPL TACO PUTIH
F5	STEILESS HITAM HOLLOW uk.4x4cm

FF1	VENUS TILES QUARTSZONE PUTIH uk.60x60cm
FF2	KARPET KANTOR POLOS ABU uk.40x40cm

WF1	CATYLAC PUTIH (dulux) INDOOR
WF2	KACA TEMPERED t.1cm

CF2	GYP SUM t.5mm fin.CATYLAC PUTIH
-----	---------------------------------

1	BALOK INDUK
2	DAK BETON
3	RANGKA PLAFON HOLLOW 4
4	KERAMIK, SPESI, DAK BETON

JUDUL GAMBAR

POTONGAN A-A' RUANG TERPILIH 3

SKALA

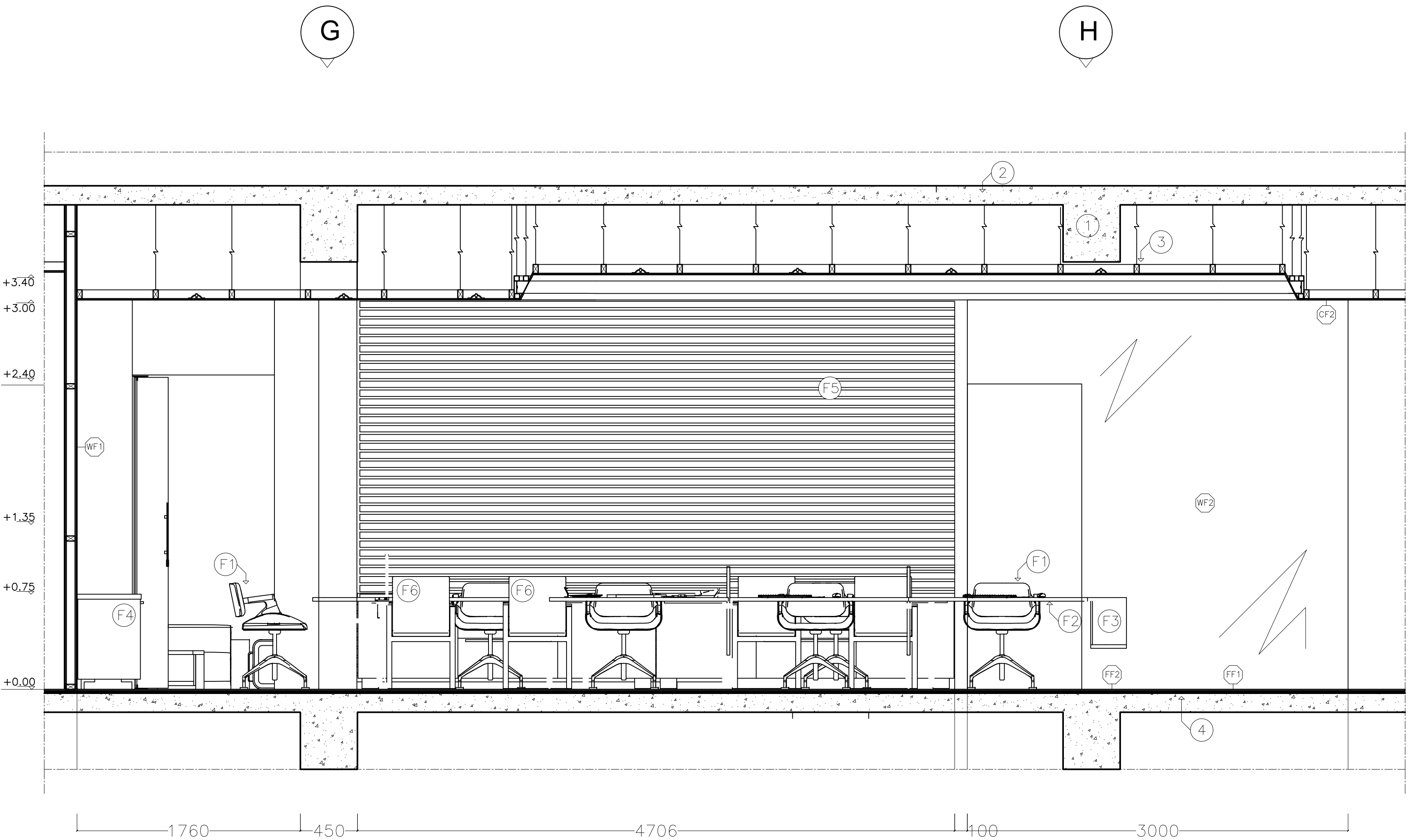
TANGGAL

1 : 25

19 MEI 2016

NO GAMBAR

JUMLAH GAMBAR



POTONGAN A-A' RUANG TERPILIH 3  
SKALA 1:25

KETERANGAN:

F1	SOFA 2 SIT fin.FABRIK MERAH
F2	SOFA 1 SIT fin.FABRIK MERAH
F3	KURSI LOUNGE
F4	MEJA UNTUK MENARU MAKAN fin.HPL TACO
F5	STEILESS HITAM HOLLOW uk.4x4cm
F6	SMART TV LG 52inc
F7	KURSI BAR ACRILYC
F8	MEJA MAKAN BUNDAR d=60x60cm
F9	MEJA BAR CUSTOM fin.HPL TACO PUTIH

FF1	VENUS TILES QUARTSZONE PUTIH uk.60x60cm
FF2	KARPET KANTOR POLOS ABU uk.40x40cm

WF1	CATYLAC PUTIH (dulux) INDOOR
WF2	KACA TEMPERED t.1cm

CF2	GYPSUM t.5mm fin.CATYLAC PUTIH
-----	--------------------------------

1	BALOK NAK
2	DAK BETON
3	RANGKA PLAFON HOLLOW ½
4	KERAMIK, SPESI, DAK BETON

JUDUL GAMBAR

POTONGAN B–B’ RUANG TERPILIH 3

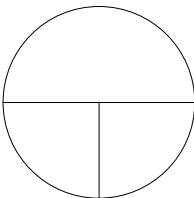
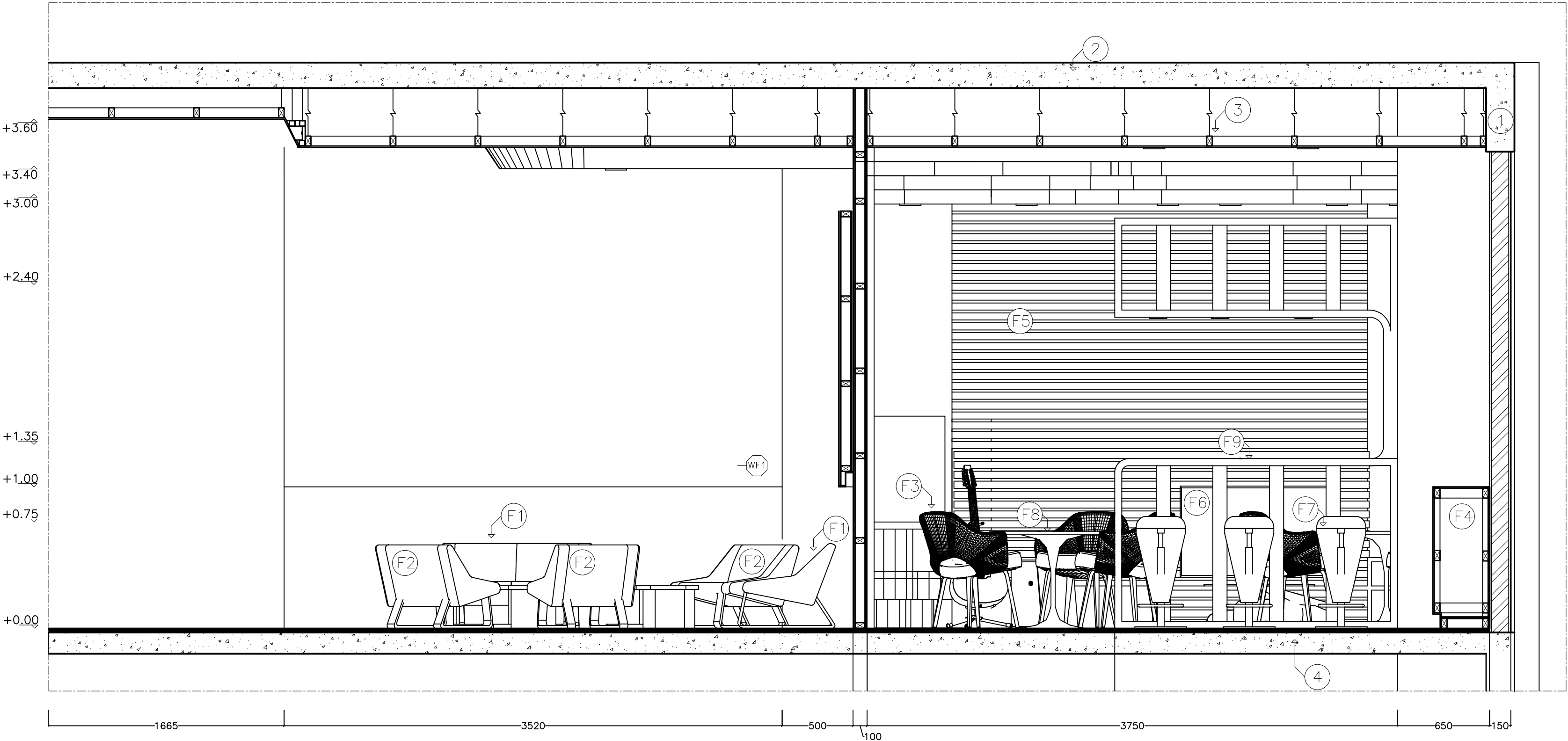
SKALA	TANGGAL
-------	---------

1 : 25

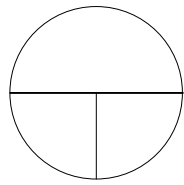
19 MEI 2016

NO GAMBAR	JUMLAH GAMBAR
-----------	---------------

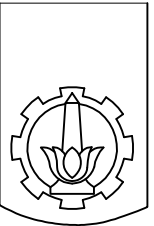
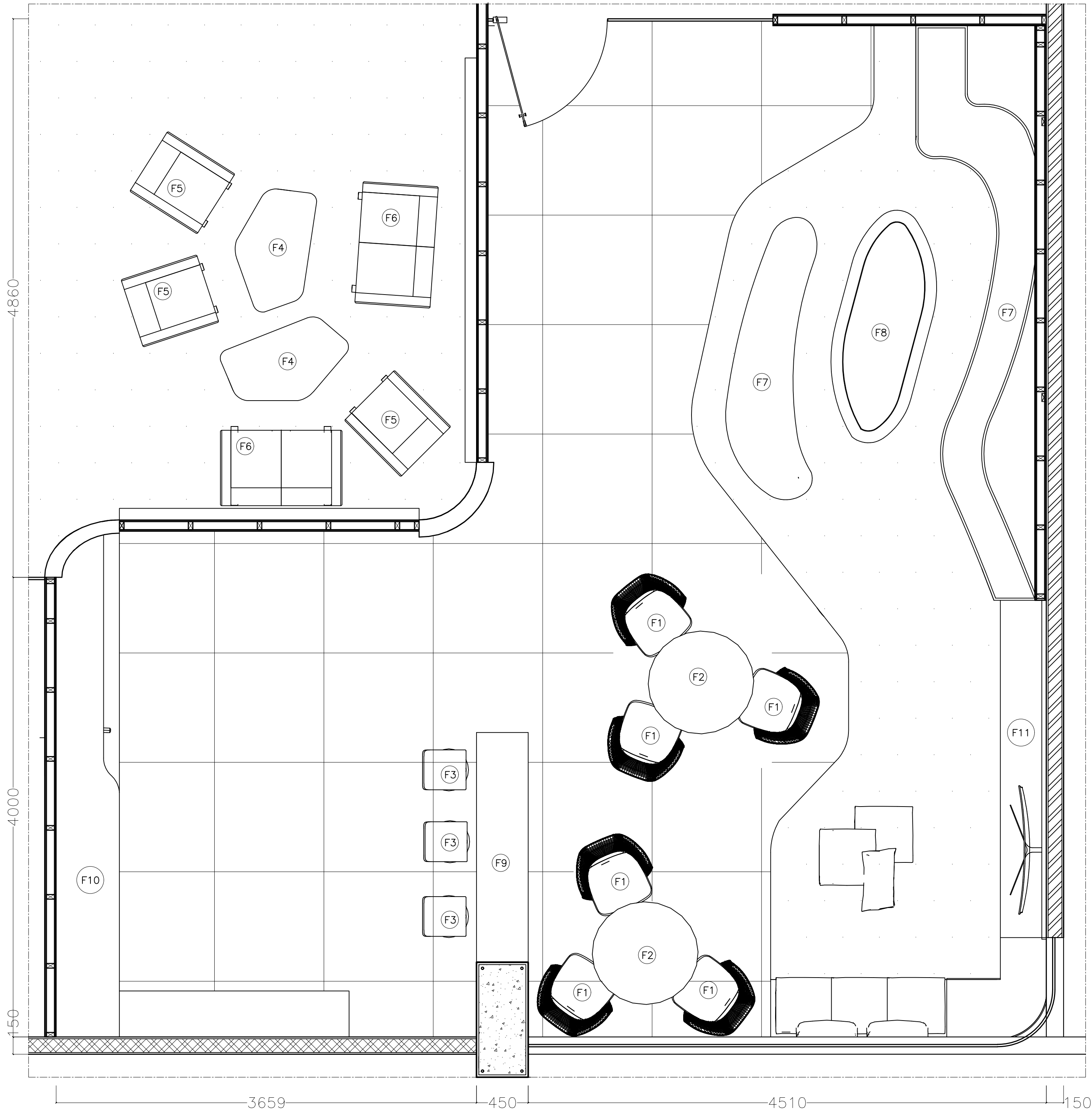
6



POTONGAN B–B’ RUANG TERPILIH 3  
SKALA 1:25



RENCANA FURNITUR R.3  
SKALA 1:25



**ITS**  
Institut  
Teknologi  
Sepuluh Nopember

JURUSAN DESAIN INTERIOR  
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER  
SURABAYA

TUGAS AKHIR DESAIN INTERIOR

DOSEN PEMBIMBING :  
Ir. BUDIONO ST., M.Sn.

REDESAIN INTEIROR SHOWROOM TOYOTA  
AUTO2000 DENGAN LANGGAM FUTURISTIK  
FAMILY

ISRA NASHARMALIK RUSADI  
3412100133

KETERANGAN:

F1	KURSI LOUNGE
F2	MEJA BUNDAR d=60cm
F3	KURSI BAR CUSTOM
F4	MEJA CUSTOM fin. HPL TACO PUTIH
F5	SOFA 1 SIT fin. fabric MERAH
F6	SOFA 2 SIT fin fabric MERAH
F7	SOFA CUSTOM
F8	MEJA CUSTOM PATEN
F9	MEJA BAR fin. HPL TACO PUTIH
F10	KITCHEN SET
F11	GRADENZA

JUDUL GAMBAR

RENCANA FURNITUR RUANG TERPILIH 3

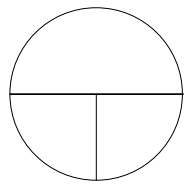
SKALA

TANGGAL

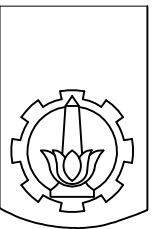
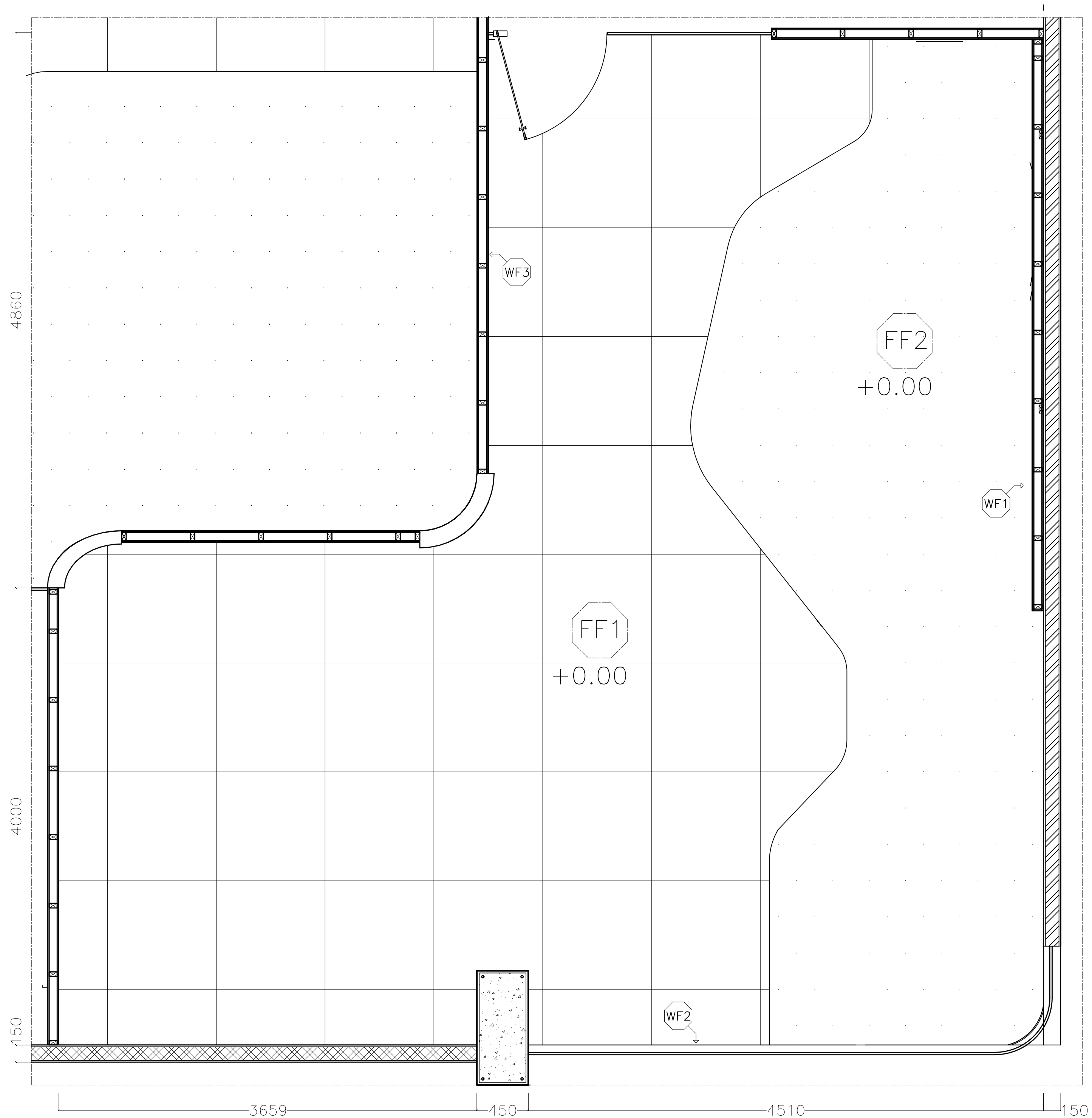
19 MEI 2016

NO GAMBAR

JUMLAH GAMBAR



RENCANA LANTAI R.3  
SKALA 1:25



**ITS**  
Institut  
Teknologi  
Sepuluh Nopember

JURUSAN DESAIN INTERIOR  
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER  
SURABAYA

TUGAS AKHIR DESAIN INTERIOR

DOSEN PEMBIMBING :  
Ir. BUDIONO ST., M.Sn.

REDESAIN INTEIROR SHOWROOM TOYOTA  
AUTO2000 DENGAN LANGGAM FUTURISTIK  
FAMILY

ISRA NASHARMALIK RUSADI  
3412100133

KETERANGAN:

FF1	KERAMIK uk.60X60cm
FF2	MEJA KARPET KANTOR TIPE1
WF1	PARTISI fin. HPL TACO PUTIH
WF2	KACA TEMPERED 1cm
WF1	PARTISI fin. CATYLAC PUTIH (dulux)

JUDUL GAMBAR

RENCANA LANTAI RUANG TERPILIH 3

SKALA

TANGGAL

19 MEI 2016

NO GAMBAR

JUMLAH GAMBAR



### **RINCIAN ANGGARAN BIAYA ( RAB )**

PEKERJAAN : REDESAIN INTERIOR SHOWROOM TOYOTA AUTO2000 PECINDILAN (RUANG PAMER)  
LOKASI : SURABAYA

NO	URAIAN PEKERJAAN	VOLUME	HARGA SATUAN	JUMLAH
<b>I PEKERJAAN PERSIAPAN</b>				
1	Pengukuran dan persiapan alat/bahan	1,00	ls	Rp 500.000,00
				<b>Rp 500.000,00</b>
<b>II PEKERJAAN DINDING, LANTAI, DAN PLAFOND</b>				
1	Wallpaper dinding honeycomb	5,000	roll	Rp 562.500,00
2	Pengecatan dinding dulux catylac white	198,000	14m2	Rp 108.000,00
3	Pasang plafond kalsiboard tbl. 4,5 mm rangka	352,000	m2	Rp 145.531,55
4	Pengecatan plafond	352,000	m2	Rp 28.584,50
5	Keramik lantai Venus Tiles Quartz stone white	112,000	m2	Rp 399.000,00
6	Keramik lantai Venus Tiles Quartz stone black	96,000	m2	Rp 399.000,00
7	lantai dan plafon parket kayu 1,2x7X80cm	62,000	m2	Rp 285.000,00
8	Karpet Office 40X40cm	40,000	m2	Rp 80.000,00
				<b>Rp 148.713.349,60</b>
<b>III PEKERJAAN MEKANIKAL &amp; ELEKTRIKAL</b>				
1	Lampu downlight led Swatt warna putih	57,000	ttk	Rp 50.000,00
2	Hidden lamp LED strip warna putih	31,000	m'	Rp 165.000,00
3	Stop Kontak elektrik	15,000	ttk	Rp 37.050,00
4	Saklar Tunggal	5,000	bh	Rp 37.050,00
5	Saklar Ganda	6,000	bh	Rp 63.050,00
6	Titik Instalasi penerangan	61,000	ttk	Rp 236.730,00
7	Titik Instalasi stop kontak	26,000	ttk	Rp 256.230,00
8	Instalasi Ac cassette Panasonic CS-F24DB4E5 (2,5p	1,000	bh	Rp 16.500.000,00
				<b>Rp 46.686.810,00</b>
<b>IV PEKERJAAN BACKDROP RESEPSIONIS</b>				
1	Multiplek 15mm (untuk rangka)	4,000	lbr	Rp 185.000,00
2	Multiplek 9mm	6,000	lbr	Rp 125.000,00
3	HPL Taco super black glossy	3,000	lbr	Rp 650.000,00
4	HPL Taco super white glossy	7,000	lbr	Rp 650.000,00
5	Lem Power	4,000	ltr	Rp 32.000,00
6	Lem Putih	1,000	kg	Rp 13.500,00
7	Paku Tembak	0,750	dos	Rp 26.000,00
8	Upah Tenaga Kerja	1,000	unit	Rp 700.000,00
				<b>Rp 8.851.000,00</b>
<b>V PEKERJAAN ESTETIKA DINDING</b>				
1	Multiplek 15mm (untuk rangka)	8,000	lbr	Rp 185.000,00
2	Multiplek 9mm	12,000	lbr	Rp 125.000,00
3	HPL Taco super white glossy	14,000	lbr	Rp 650.000,00
4	Lem Power	5,000	ltr	Rp 32.000,00
5	Lem Putih	2,000	kg	Rp 13.500,00
6	Paku Tembak	1,200	dos	Rp 26.000,00
7	Upah tenaga kerja	1,000	unit	Rp 700.000,00
				<b>Rp 12.998.200,00</b>
<b>VI PENGADAAN FURNITUR DAN AKSESORIS RUANGAN</b>				
1	Pot Tanaman Sintetis	2,000	unit	Rp 625.000,00
2	Sofa Minimalis IKEA KIVIK	10,000	unit	Rp 2.295.000,00
3	meja tunggu custom	1,000	unit	Rp 2.200.000,00
1.	1.multiplex 9mm	2,000	lbr	Rp 122.000,00
2.	2.multiplex 12mm	1,000	lbr	Rp 146.000,00
3.	3.HPL TACO hitam	2,000	lbr	Rp 220.000,00
4.	4.Lem kuning 1kg	1,000	kg	Rp 32.000,00
5.	5.Lem polyurethane 1kg	1,000	btl	Rp 60.000,00
6.	6.Resin	1,000	kg	Rp 300.000,00
7.	7.Cat opas warna hpl	1,000	kg	Rp 150.000,00
8.	8.kaca tebal 5mm	1,000	unit	Rp 120.000,00
9.	9.Upah tenaga kerja	5,000	hr	Rp 100.000,00
4	meja nakas custom	2,000	unit	Rp 2.530.000,00
1.	1.multiplex 9mm	2,000	lbr	Rp 122.000,00
2.	2.multiplex 12mm	1,000	lbr	Rp 146.000,00

NO	URAIAN PEKERJAAN	VOLUME		HARGA SATUAN		JUMLAH
	3.HPL TACO hitam dan kayu	2,000	lbr	Rp 220.000,00	Rp	440.000,00
	4.Lem kuning 1kg	1,000	kg	Rp 32.000,00	Rp	32.000,00
	5.Lem polyurethane 1kg	1,000	btl	Rp 60.000,00	Rp	60.000,00
	6.Resin	1,000	kg	Rp 300.000,00	Rp	300.000,00
	7.Cat opas warna hpl	1,000	kg	Rp 150.000,00	Rp	150.000,00
	9.Upah tenaga kerja	5,000	hr	Rp 100.000,00	Rp	500.000,00
5	meja IKEA DOKSTA	4,000	set	Rp 3.999.000,00	Rp	15.996.000,00
6	kursi kantor uneva vap 1	10,000	set	Rp 837.000,00	Rp	8.370.000,00
7	kursi kantor uneva vap 2	10,000	set	Rp 760.000,00	Rp	7.600.000,00
8	kursi daphney	12,000	unit	Rp 549.000,00	Rp	6.588.000,00
9	meja tinggi kaca	4,000	unit	Rp 760.000,00	Rp	3.040.000,00
10	meja resepsionis custom	1,000	unit	Rp 9.300.000,00	Rp	9.300.000,00
	1.multiplex 9mm	7,000	lbr	Rp 122.000,00	Rp	854.000,00
	2.multiplex 12mm	4,000	lbr	Rp 146.000,00	Rp	584.000,00
	3.HPL TACO putih dan abu	7,000	lbr	Rp 220.000,00	Rp	1.540.000,00
	4.Lem kuning 1kg	1,000	kg	Rp 32.000,00	Rp	32.000,00
	5.Lem polyurethane 1kg	1,000	btl	Rp 60.000,00	Rp	60.000,00
	6.Resin	1,000	kg	Rp 300.000,00	Rp	300.000,00
	7.Cat opas warna hpl	1,000	kg	Rp 150.000,00	Rp	150.000,00
	8.Upah tenaga kerja	7,000	hr	Rp 100.000,00	Rp	700.000,00
11	meja kantor custom	1,000	unit	Rp 4.500.000,00	Rp	4.500.000,00
	1.multiplex 9mm	4,000	lbr	Rp 122.000,00	Rp	488.000,00
	2.multiplex 12mm	2,000	lbr	Rp 146.000,00	Rp	292.000,00
	3.HPL TACO putih	4,000	lbr	Rp 220.000,00	Rp	880.000,00
	4.Lem kuning 1kg	1,000	kg	Rp 32.000,00	Rp	32.000,00
	5.Lem polyurethane 1kg	1,000	btl	Rp 60.000,00	Rp	60.000,00
	6.Resin	1,000	kg	Rp 300.000,00	Rp	300.000,00
	7.Cat opas warna hpl	1,000	kg	Rp 150.000,00	Rp	150.000,00
	8.Upah tenaga kerja	1,000	hr	Rp 100.000,00	Rp	100.000,00
					<b>Rp</b>	<b>86.854.000,00</b>

## REKAPITULASI ANGGARAN BIAYA ( RAB )

PEKERJAAN : REDESAIN INTERIOR SHOWROOM TOYOTA AUTO2000 PECINDILAN (RUANG PAMER)  
LOKASI : SURABAYA

No.	URAIAN PEKERJAAN	JUMLAH HARGA (Rp.)
I	PEKERJAAN PERSIAPAN	Rp 500.000,00
II	PEKERJAAN DINDING, LANTAI, DAN PLAFOND	Rp 148.713.349,60
III	PEKERJAAN MEKANIKAL & ELEKTRIKAL	Rp 46.686.810,00
IV	PEKERJAAN DINDING, LANTAI, DAN PLAFOND	Rp 8.151.000,00
V	PEKERJAAN ESTETIKA DINDING	Rp 12.298.200,00
VI	PENGADAAN FURNITUR DAN AKSESORIS RUANGAN	Rp 86.154.000,00
	JUMLAH PERHITUNGAN	Rp 302.503.359,60
	PPN 10%	Rp 30.250.335,96
	JUMLAH TOTAL	Rp 332.753.695,56
	DIBULATKAN	<b>Rp 332.750.000,00</b>
Terbilang : <i>Tiga ratus tiga puluh dua juta tujuh ratus lima puluh ribu rupiah</i>		



## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

- a. *Showroom* Toyota Auto2000 Pecindilan memiliki interior yang kurang menarik bagi pengunjung, oleh karena itu dibutuhkan konsep desain baru yang menarik untuk sebuah *Showroom*.
- b. Beragam segmentasi pengunjung dan kebutuhan di dalam *Showroom* berpotensi untuk penambahan fasilitas yang menunjang demi kepuasan pengunjung.
- c. Menampilkan interior yang menarik dan memberikan fasilitas yang memadai untuk semua segmentasi dengan konsep futuristik *family* yang berorientasi ke masa depan dengan dasar teknologi diharapkan dapat menjadikan nilai jual *Showroom* pada masyarakat.
- d. Efisiensi kerja pegawai untuk dapat meningkatkan pelayanan terbaik kepada pengunjung.

#### 6.2 Saran

- a. Perlu adanya penelitian yang dilakukan pembaca kepada karakter pengunjung *Showroom*. Tambahan responden yang digunakan selain pengguna toyota untuk studi banding.
- b. Perlunya penambahan fasilitas yang menunjang kebutuhan pengunjung saat berada di *Showroom* guna memberikan kenyamanan dan kepuasan pengunjung.
- c. Pola pikir penerapan konsep futuristik ke dalam interior sebuah bangunan menjadi hal yang perlu diperhatikan. Terlebih lagi jika dipadukan dengan konsep *Green Dealer* tentu banyak aturan dasar yang harus diperhatikan.
- d. Standarisasi *Showroom* toyota dan kebutuhan ruang disesuaikan dengan kondisi bangunan atau *existing* agar tidak menghilangkan karakteristik toyota auto2000.



*Halaman sengaja dikosongkan*



## DAFTAR PUSTAKA

D.K. Ching, Francis, 2002, *Architectue, Space and Order*, New York : Maxmillan  
Panero, Julius dan Zelnik Martin, 1979, *Dimensi Manusia dan Interior*, Indonesia :  
Penerbit Erlangga.

Andy Rahman (2012). *Folded Showroom*.

<<http://www.andyrahmanarchitect.com/projects/?pageload=detpro&idpro=61&nf=Various>> [Diakses Maret 2016]

Armiko Pratama (2010). *Pencahayaan ruangan*.

<<http://armikoprata.blogspot.co.id/2012/10/pencahayaan-ruangan.html>>  
[Diakses maret 2016]

Auto2000 (2016). *Toyota lets go beyond*. <<https://auto2000.co.id/>> [Diakses  
maret 2016]

Dewa Made Agasbrama (2014). *Konsep Desain Interior Futuristik*.

<<https://interiorudayana14.wordpress.com/2014/05/15/konsep-desain-interior-futuristik/>> [Diakses maret 2016]

Masum Sagivile (2012). *Menata Produk*.

<<http://displayprdku.blogspot.co.id/2012/11/menata-produk-deskripsi-singkat-salah.html>> [Diakses 2016]

Prabu (2009). *Sistem dan Standart Pencahayaan Ruang*.

<<https://putraprabu.wordpress.com/2009/01/06/sistem-dan-standar-pencahayaan-ruang/>> [Diakses Maret 2016]

Sinta Anggraheni (2014). *Pengertian Display*.

<<http://displaysinta.blogspot.co.id/2014/11/pengertian-dan-tujuan-display.html>>  
[Diakses Mei 2016]

Waskita Chandra (2015). *Arsitektur Futuristik*.

<<http://rumahwaskita.com/artikel/arsitektur-futuristik/>> [Diakses Maret 2016]

Wikipedia (2016) *Satuan Ruang Parkir*.

<[https://id.wikipedia.org/wiki/Satuan\\_ruang\\_parkir/](https://id.wikipedia.org/wiki/Satuan_ruang_parkir/)> [Diakses maret 2016]



*Halaman sengaja dikosongkan*



## BIOGRAFI PENULIS



Isra Nasharmalik Ruasdi lahir pada 6 Januari 1994 di Jakarta. Merupakan putra ke empat dari empat bersaudara. Penulis telah menempuh pendidikan formal di TK, SD dan SMP Al Azhar 2 di Jakarta, dan SMAN 38 Jakarta. Setelah menyelesaikan pendidikannya di SMA, penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang perkuliahan dan resmi menjadi mahasiswa Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Jurusan Desain

Interior pada tahun 2012.

Semasa Perkuliahannya penulis aktif dalam berbagai kegiatan di jurusan. Penulis juga aktif menjadi staff departemen dalam negeri selama 2 periode di Himpunan Mahasiswa Desain Interior (HMDI) ITS. Penulis mendapat kesempatan melakukan kerja praktik pada perusahaan konsultan desain interior di A2Studio Jakarta. Penulis dapat dihubungi melalui email [isranr6194@gmail.com](mailto:isranr6194@gmail.com)